

مركز البحوث والدراسات الإدارية

نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية

تأليف

ميخائيل و. سينجليتري & جيرالد ستون

ترجمة

د. عبدالله بن اهنية أ. سعد هادى القحطانى

مراجعة وتنقيح

د. خالد بن محمد المرغلانى





مركز البحوث والدراسات الإدارية

نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية

تأليف

ميخائيل و. سينجليترى & جيرالد ستون

ترجمة

د. عبدالله بن أهنية   أ. سعد هادى القحطانى

مركز اللغة الإنجليزية بمعهد الإدارة العامة بالرياض

مراجعة وتنقيح

د. خالد بن محمد المرغلانى

١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م

بطاقة الفهرسة

ⓒ معهد الإدارة العامة ، ١٤٢٠هـ

فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر

سينجليترى ، ميخائيل و .

نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية / ميخائيل و . سينجليترى ، جيرالد ستون ، ترجمة : عبدالله بن أهنية ، سعد هادى القحطانى ـ الرياض

٢٨٢ ص ؛ ١٦,٥ × ٢٣,٥ سم

ردمك : ٩ – ٠٥٣ – ١٤ – ٩٩٦٠

١ – الإعلام – نظريات ، ٢ – الاتصال (علم الاجتماع) ، أ – ستون ، جيرالد (م. مشارك) ، ب – أهنية ، عبدالله (مترجم) ج – القحطانى ، سعد هادى (مترجم) د – العنوان .

ديوى ٣٠١.١٦ ١٩/٢٧٣٦

رقم الإيداع : ١٩ / ٢٧٣٦

ردمك : ٩ – ٠٥٣ – ١٤ – ٩٩٦٠

هذه ترجمة لكتاب :

Communication Theory
&
Research Applications

Michael W. Singletary and Gerald Stone

قائمة المحتويات



تمهيد :

من الممكن أن تكون مادة بحوث الاتصال ونظرياته تجربة مزعجة بالنسبة للطلاب ، وتبقى كذكرى عالقة بأذهانهم فى آن واحد ، وهى من جهة تفتح عيونهم على تلك الآفاق الواسعة من البحث والدراسة التى قام بها علماء شتى فى هذا الميدان ، ومن جهة أخرى تكون صعبة للغاية عند محاولة فحص وتحليل المواد المستعملة بغية ربط المفاهيم المختلفة بالواقع ، ومحاولة إضفاء معنى إجمالى على كل ذلك . ولعل ما يجعل الأمر أكثر صعوبة هو عدم إتاحة الفرصة الكافية للطلاب للتعامل مع هذا الكم الهائل من تلك المواد أو المفاهيم التى يواجهونها فى هذا الميدان . ولا يمكننا هنا أن ننكر أن التحصيل غالبًا ما يكون صعبًا وأقل متعة إذا ما اعتمد - إلى حد كبير - على الحفظ فقط .

لقد قام مؤلفا هذا الكتاب بتدريس مادة نظريات الاتصال على مدى أكثر من (٢٠) عامًا ، وكثيرًا ما لاحظوا تلك النظرات الحادة الموجهة إليهم كالأسهم وسمعوا عبارات الاشمئزاز والتساؤل مثل عبارة : (ثم ماذا ؟ ما الفائدة من دراسة كل هذا إذن ؟) ، مما جعلهما يفكران فى وضع كتاب يجعل الطالب يلمس الغاية من فلسفتهما ، وكذلك الغاية من دراسة هذا الميدان . والحقيقة تقال إن هناك دومًا رأيًا بأن أى واحد قام بتدريس نظريات الاتصال يكون قد اكتشف - بدون شك - الحجم الكبير لما يمكن تعلمه خاصة إذا ما قام المدرس بعرض الأشياء على الطلبة والسماح لهم بالمشاركة بدلاً من التكلم عنها فقط . وهنا يمكن القول بأن إعطاء مثال ركيك يسمح للطلبة بالمشاركة وتطبيق المفاهيم النظرية أفضل بكثير من عدم إعطاء أى مثال على الإطلاق .

لذا فقد جاء هذا الكتاب ليتناول موضوع نظريات الاتصال أخذًا بعين الاعتبار كلاً من المدرس والطالب على حد سواء . ففيما يخص الطالب ، هناك عدة قراءات سلسة وسهلة الفهم مرفقة بتمارين تعطيه الفرصة لتجربة كيفية استعمال تلك النظريات (وهذه هى النقطة الأساسية) . فكل فصل يحتوى على مشروع بحث أو أى أنشطة بحثية أخرى تكون الغاية منها إعطاء الفرصة للطالب لفهم النظرية المعروضة للنقاش .

أما فيما يخص المدرس ، فإن منهجًا كهذا يسمح له بالتعمق فى كل الموضوع بكل مرونة ، وهذا سوف يكون لا محالة شيئًا مهمًا جدًا لأولئك المدرسين الذين يعتمدون

على القراءات والمحاضرات لخطط تدريسهم المواد . أما فيما يخص المدرسين الذين يعتمدون على نصوص ومراجع أخرى فى الاستبانة وتحليل البيانات ، فإن هذا الكتاب قد يكمل هذا النقص .

إن هذه التمارين والأمثلة حول مفاهيم النظريات والبحوث قد سبقت تجربتها وتطويرها فى فصول للدراسة الجامعية والدراسات العليا . وقد تم اختبار مدى فعالية هذه التمارين وقدرتها على توضيح المفاهيم من طرف الطلبة وأخذ ملاحظاتهم ومن ثم مراجعتها بدقة متناهية . وقد تبين من خلال ذلك التقييم أن تلك التمارين قد تقوم بالواجب فعلاً . كما أنها تضفى على موضوع الاتصال الجماهيرى شيئًا من القابلية والتجربة الميدانية . وأهم ما فى ذلك هى قابلية تلك التمارين على تفعيل عملية التعلم .

ويوجد لهذا الكتاب دليل خاص بالمدرس ، يعطى خلفية عن الطرق المختلفة لتناول التمارين الموجودة بالنص الأصلى . وبينما يحتوى الكتاب الأصلى على أماكن خاصة للطلبة للإدلاء بأجوبتهم والصفحات التى يجب الاعتماد عليها ، فإن دليل المدرس يبين تلك الدروس خطوة خطوة مستعرضًا الثغرات والتعثرات التى يمكن أن تحصل فى طريق إنجاز ذلك . كما يحتوى دليل المدرس كذلك على تمارين شتى تنجز داخل قاعة الدرس ، والتى بإمكان المدرس أن يعرضها كأمثلة لدعم موقفه حول المفاهيم الموجودة بالنصوص . لكن قد يكون ذلك أنجع إذا ما حاول المدرس عرضها دون أن يطلب من الطلبة الرجوع مباشرة إلى النص الموجود فى كتابهم .

وأخيرًا فإن المؤلفين مدينان إلى زملائهم المدرسين الذين اقترحوا خلال سنوات مضت بعض تلك الأمثلة المطروحة فى كلا الكتابين . وهما مدينان أكثر وأكثر لطلبتهم الذين ساهموا فى اختبار تلك المواضيع دون علم سابق والذين بفضلهم تم استرجاع واستدراك ما سبق أن طرح . وساهموا بذلك فى بلورة وتطوير تلك الدروس إلى أن أصبحت اليوم متقاسمة مع أناس آخرين حول العالم .

ويتوجه الكاتبان إلى دعوة القراء الأعزاء كافة بإرسال اقتراحاتهم فيما يتعلق بتطوير تلك الدروس أو القراءات الواردة وذلك بالكتابة إليهما .



ربط نظرية الاتصال بالممارسة الإعلامية

الوحدة (١)
استخدام وسائط الإعلام : تصميم الاستبانة

مراجع مفيدة :

Sharon A., Lowery and Melvin L., De Fleur : "The People's Choice; The Media in a Political Campain." *Milestones in Mass Communication Research,* 2nd ed., New York : Longman, 1988, pp. (79-103) .

تتضمن فعاليات هذه الوحدة تعبئة الاستبانة الخاصة باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية . نأمل منك أن تتجه إلى قائمة الاستبانة الموجودة بنهاية هذه الوحدة ومن ثم الإجابة عن جميع الأسئلة . نرجو منك البدء فى الإجابة عن أسئلة الاستبانة قبل الاسترسال فى قراءة هذه الوحدة ؛ مع الأخذ فى الاعتبار بأن الإجابة عنها ستستغرق منك حوالى (٥ - ٨) دقائق .

الآن حق لنا أن نشرع فى النظر فيما أفرزته نتائج الاستبانة حول استخدام الإعلام وبإمكاننا أولاً وقبل كل شىء أن ننظر إلى أصل العدد الكبير من هذه الأسئلة ، ولماذا اختيرت كوسيلة لجدولة عادات استخدام وسائط الإعلام .

إن معظم بنود الاستبانة المرفقة قد استخدمت بصورة مشابهة فى مجال المعلومات السياسية من قبل الباحثين الثلاثة : بول لازارسفيلد ، برنارد برلسون ، وهايزل جوادى - Paul lazarsfeld, Bernard Berlson, and Hazel Gaudet منذ أكثر من أربعين عاماً مضت فى دراستهم الشهيرة عن العوامل المؤثرة فى الأفراد فى اتخاذ القرار عند اختيار مرشح معين للرئاسة الأمريكية .

وبالرغم من أنه قد يصعب على البعض منا - فى وقتنا الحاضر - التصديق بأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرى لم يتم احتسابها أو إدخالها فى هذه العوامل المحتمل تأثيرها فى انتخابات الرئاسة إلا فى عام ١٩٤٠م ، فالحقيقة إن هؤلاء الباحثين الثلاثة السابق ذكرهم قد قاموا فعلاً بتضمين بعض أسئلة استخدام وسائل الاتصال الجماهيرى إلى إحدى الاستبانات اللاحقة ، التى كانت قد طورت عن سابقتها لمعرفة المزيد من المعلومات عن العوامل المحتمل تأثيرها فى الجماهير لاختيار منصب

الرئيس . وبالفعل كانت النتائج مثيرة للإعجاب ، فلم يكتف فقط بتضمين نتائج تلك الدراسة فى كتاب فريد من نوعه بعنوان «الاختيار الشعبى» وطبع منه العديد من الطبعات ، بل تعداه إلى اعتبار أن الباحثين الثلاثة هم الرواد فى تأسيس علم قائم بذاته تحت مسمى «بحوث الاتصال الجماهيرى» ، بالإضافة إلى كل هذه الإنجازات ، فإن هذه الدراسة قدمت بالفعل أول نظرية حقيقية فى الاتصال الجماهيرى المعروفة بنظرية «انتقال المعلومات على خطوتين» التى بمقتضاها يتبين كيف تنتشر المعلومات الإعلامية وتستقبل عن طريق أصحاب الرأى القيادى من الجماهير والذين بدورهم ينقلون تلك المعلومات إلى ذويهم .

أصحاب القرار القيادى كانوا المستقبلين المباشرين للخبر وقد كانوا مشتركين فى بعض العناصر الديمغرافية ، كأن يكونوا مثقفين مثلاً ، وذوى دخل مرتفع شيئًا ما ، وأكثر كرمًا من الآخرين فى مجتمعهم المصغر . وأما فئة «التابعون» فقد تم تصنيفهم كتابعين أو «مستقبلين غير مباشرين» والذين يعتمدون على أصحاب الرأى القيادى لديهم لا من أجل الحصول على معلومات بخصوص موضوع معين فقط ، بل من إجل تحليلها كذلك .

وبطبيعة الحال قد أضيفت بعض الأسئلة إلى الاستبانة الموجودة فى هذه الوحدة والتى لم تكن موجودة فى السابق ، فمثلاً لم تكن هناك أية محطة تلفزيونية سنة ١٩٤٠م ، ولم تكن هناك مجلات متوفرة فى محلات البيع الكبيرة والمتعددة الفروع ، كما هو معروف اليوم . والملاحظ كذلك أن استبانتنا هذه تتضمن جزئيات دقيقة ومفصلة وتتضمن كذلك أسئلة تبحث فى مدى أهمية عرض الأخبار فى الصحف اليومية (سؤال ٢) .

كما تتضمن الاستبانة أجزاء تتعدى مستوى استخدام وسائط الإعلام (أسئلة ١٧ إلى ٢١) وأن الفقرات المتعلقة بالاتصال بالآخرين وضعت مجملاً من أجل استنباط أجوبة قد تبين بوضوح وضعية الفرد الاجتماعية ، كأن تحدد مثلاً قائد الرأى من الفرد المتبع . ومثال ذلك ، إذا سئل شخص ما هذا السؤال : (من هو الشخص الذى تعتمد عليه ضمن مجموعة أصدقائك فى التزود بمعلومات ؟ هل هو شخص قيادى أم تابع ؟) . لا شك أنك ستجد نفسك فى موقف حرج للغاية للخروج باختيار صائب ، لكن هذا

شيء معمول به ويحصل لمعظم الناس عامة . إنناكجزء لا يتجزأ من مجتمعاتنا قد نسأل مثل هذه الأسئلة وبإمكاننا جميعًا أن نفكر قليلاً فى المواقف التى يكون لنا فيها الدور القيادى أحيانًا . وأحيانًا أخرى نكون متبعين فقط . وهكذا فقد تجد نفسك فى يوم من الأيام مثلاً وأنت ضمن مجموعة أصدقائك قد انعزلت مع أولئك الذين اتخذوا قراراً إزاء أى فيلم يشاهدونه ، وقد تعتمد أحيانًا على رأى الآخرين عند شرائك لبنطلون (جينز) يكون مسايراً للموضة ، لكن (لزارسفيلد وبيرلسون وجوديت) لم يتوصلوا إلى مثل هذه الأشياء وهذه الاختيارات من خلال استبانتهم وبحثهم ، ولكن بعض الدراسات فى علم الاتصال - بعد تطويرها للأسئلة - استطاعت أن تصل إلى مثل ذلك .

لماذا إذًا كان من الواجب طرح خمسة أسئلة مختلفة من أجل الوصول إلى مفهوم الرأى القيادى مقابل المتبع ؟ الفصل الثانى من هذا البحث سوف يعطيك بعض الأجوبة .

تمرين :

أسئلة حول الاستخدام الإعلامى .

الاستخدام الإعلامى العام .

١ - كم يومًا فى الأسبوع تطلع على إحدى الجرائد اليومية ؟

٢ - ما هى الأشياء التى تقرؤها عادة عندما تتصفح جريدة يومية ما ؟ ضع إشارة (✓) حول أى شيء يناسبك :

- الأخبار الدولية	- الرياضة	- ألعاب حروف متقطعة
- الأخبار الوطنية	- المقالات	- الموضة أو الطبخ
- الأخبار المحلية	- رسائل إلى المحرر	- مبيعات وعروض
- الإعلانات	- مقالات أعمدة	- أشياء أخرى كحالة الطقس ، اجتماعيات ، إلخ .

٣ - هل تطلع على أى جريدة أسبوعية ؟ نعم ــــ لا ــــ

٤ - كم يومًا فى الأسبوع تتابع نشرة الأخبار المحلية على التلفزة ؟ ــــ

٥ - كم يومًا فى الأسبوع تشاهد نشرة الأخبار المحلية على التلفزة ؟ ــــ

٦ – كم يوماً فى الأسبوع تتابع نشرة الأخبار الوطنية على التلفزة ؟ ____

٧ – هل تقرأ بانتظام مقالة سياسية أسبوعية ؟ نعم ____ لا ____

٨ – كم تقضى من الوقت للاستماع للراديو يومياً ؟ ____ ساعة ، ____ دقيقة .

٩ – كم تقضى من الوقت يوميًا فى الاستماع إلى الأشرطة أو الاسطوانات ؟ ____ ساعة ، ____ دقيقة .

١٠ – كم تقضى من الوقت يوميًا فى مشاهدة التلفزة بما فى ذلك نشرة الأخبار ؟ ____

١١ – كم مرة فى الشهر تذهب إلى السينما ؟ ____

– اكتب من فضلك ، أسماء ثلاثة أفلام شاهدتها مؤخرًا ؟

– ....

– ....

– ....

١٢ – هل لديك اشتراك فى نظام الكيبل التلفزيونى ؟ نعم ____ لا ____

١٣ – هل تشاهد بانتظام (مجلة تلفزيونية) أو برنامجًا معينًا ؟ نعم ____ لا ____

١٤ – كم كتابًا قرأته خلال السنة الماضية ، بدون أن تعد الكتب الدراسية المقررة ؟ ____

١٥ – كم مجلة (فى أى حقل) أنت مشترك فيها ؟ ____

– اكتب عناوينها من فضلك : ....

....

....

١٦ – اكتب أسماء آخر مجلات تصفحتها بدون أن تشترك فيها خلال وقوفك عند بائع الصحف والمجلات أو فى متاجر أخرى :

....

....

١٧ – كيف تصنف استخدامك للإعلام مقارنة مع آخرين من أبناء مجتمعك ؟

أكثر من المتوسط / / / / / / / / / / دون المتوسط

فى مجال الاتصال بالناس :

١٨- ما هو عدد الجمعيات أو النوادى التى تنتمى إليها الآن ؟

....

١٩- بغض النظر عن أقربائك ، ما هو متوسط عدد الناس الذين تتحدث معهم فى اليوم ؟ (تتحدث معهم ـ لا تعنى مجرد تبادل التحية فقط)

....

٢٠- كم عدد المرات فى اليوم الواحد تقريبًا تتحدث فيها مع الناس حول الأحداث السياسية الراهنة أو مواضيع أخرى ؟

....

٢١- إذا حصل بينك وأحد أصدقائك اختلاف فى وجهات النظر حول موضوع ما ، فما الذى ينتج أو يترتب على ذلك ؟ (اختر جوابًا واحدًا فقط)

- تتمسك برأيك إلى أن يوافقك الجميع عليه .
- تستمر فى مواقفك بينما تترك الآخرين على رأيهم .
- تتنازل عن موقفك رغم أنك غير مقتنع بذلك تمامًا .
- تبدأ شيئًا فشيئًا بقبول رأيهم وجدلهم كرأى صائب .

- قيم موقفك :

الموقف	غالبًا ما تنصح الآخرين	غالبًا ما تجد الآخرين ينصحونك	أجد نفسى فى كلا الحالتين
أ - حول مواضيع تتعلق بالموضة والأساليب الجديدة .			
ب - حول مواضيع عامة كالمأكولات وأدوات تصليح السيارات ، إلخ ، أو أحسن الأماكن للتسوق .			
جـ - حول مواضيع سياسية .			
د - حول العلاقات الشخصية .			
هـ - حول الأحداث الراهنة .			

الوحدة (٢)

استخدام وسائط الإعلام : قياس «الاستخدام»

مراجع مفيدة :

David H., Weaver : "Estimating the Value of Newspaper Content for Readers : A Comparison of Two Methods," *Newspaper Research Journal,* Prototype (April 1979) : pp. (7-13) .

تعد بحوث الاتصال من أصعب المهام ، وذلك يرجع فى الحقيقة إلى أن الإنسان نفسه كائن معقد ، وبذلك يمكن القول بأن البحث فى هذا الميدان يعتبر من أصعب المواضيع وأشدها تعقيداً . إن كل فرد منا يشكل مجموعة أو كتلة من التيارات المتداخلة (تيارات بيولوجية ، فزيولوجية ، محيطية ، إلخ) . وأنه لمن الغريب فعلاً أن نجد أغلبية الناس غير قادرين على إعطاء إجابة حول سؤال قد يبدو بسيطاً للغاية ألا وهو : هل يصفون أنفسهم كقادة رأى أو معلومات أم تابعين ؟ هناك جملة من الأشياء المتعلقة بنا والتى قد نعجز عن الإجابة عنها إذا ما سئلنا عنها بشكل مباشر . لذلك فإن الباحث عندما يكون منهمكاً فى محاولة جمع معلومات من الناس حول عنصر ما من العناصر المعقدة فى طبيعة البشر ، فالشىء الذى يمكنه القيام به فى حالة كهذه هو أن يفترض جواباً صحيحاً .

أحد الطرق المتعددة للقيام بمثل هذا العمل ، يمكن استخدام أسلوب الاستدلال ، ويعرف الاستدلال بأنه عدة أسئلة ومقاييس إذا ما جمعت مع بعض بإحكام ، فإنها تكون تسلسلاً يمكن بموجبه تصنيف شخص ما مع أولئك الذين انتهوا إلى نفس الأجوبة . وهنا يبدو أنه لا محالة من إعطاء مثال يفسر ذلك : لنفترض مثلاً أنك سألت بكل بساطة السؤال التالى : (هل تنام نوماً جيداً؟) . فإذا كنت تعانى من مرض الأرق ، فإنك تعرف أنك لا تنام نوماً هادئاً . لكن هل كل واحد منا يعرف نوعية نومه وإلى أى مجموعة من النيام ينتمى ؟ ، وبالتالى ما هى مقومات النوم (المعتدل) ؟ . إن من الطرق التى يتم بها تصنيف الشخص ووضعه ضمن قائمة النيام الجيدين أو النيام الرديئين (وربما ترتيب عادات النوم عندهم من خلال تسلسل سلمى) هى أن نسأل كل شخص مجموعة من الأسئلة الممكن الإجابة عنها . وهذه الأجوبة إذا ما وضعت مع بعض

أصبح من الممكن لدينا تصنيف الشخص ، هل هو من النيام الجيدين/الهادئين أم الرديئين :

١ – ما متوسط عدد الساعات التى تنامها فى الليلة الواحدة ؟

٢ – كم من الوقت تحتاجه لكى تستغرق فى النوم ؟

٣ – هل تستيقظ من النوم أثناء الليل ؟

٤ – إذا كنت تستيقظ من النوم ، فما متوسط تكرار هذه العملية عندك فى ليلة واحدة ؟

٥ – هل تستعمل أحيانًا حبوبًا منومة ؟

٦ – هل تحس دائمًا بإرهاق خلال ساعات النهار ؟

إن قائمة الأسئلة قد تطول كما أننا بإمكاننا أن نستنتج وبشكل صحيح عادات النوم من خلال استعمالنا بعض هذه الأسئلة فقط . لكننا ، عزيزى القارئ ، قد نتفق جميعاً بأن استعمال كل أو معظم هذه الأسئلة الستة السابقة ، يؤدى إلى الحصول على جواب مقنع بدلاً من الاكتفاء بسؤال واحد فقط . والمهم هنا أننا بإمكاننا الجواب عن هذه الأسئلة الستة بكل سهولة وبساطة دون أن نجد أية صعوبة فى ذلك .

الآن طالما أننا مقتنعين أن هذه المجموعة من الأسئلة مناسبة فى حجمها ، وأنها مرتبطة تماماً بموضوعنا ، فإنه يحق لنا القول بكل ثقة أن مجموعة أجوبة الشخص ، فى ميزاننا ، ستساعدنا لا محالة على تصنيف الشخص والحكم عليه كأحد الأشخاص الذين ينامون بطريقة جيدة أو رديئة ، الطريقة التى يمكننا بها متابعة تصنيفنا هذا هى أن نقوم بتحويل الأجوبة عن تلك الأسئلة إلى أرقام حسابية .

فإذا حصلنا مثلاً على جواب (نعم) على السؤال الثالث ، فبإمكاننا أن نترجم هذه الإجابة إلى صفر بينما الجواب بـ(لا) يعطى نقطة واحدة أو رقم (١) . وبناءً على ذلك فنحن مجبرون إذاً باستعمال هذه الطريقة فى التصنيف لأن غرضنا قد أصبح فرز أو عزل أولئك الأشخاص ذوى النقاط العالية (أو المعدل العالى) فى سلمنا وبالتالى اعتبارهم كنيام جيدين . وبإمكاننا كذلك أن نمنح نقطة لكل شخص أجاب عن سؤال رقم (١) : الشخص الذى ينام مثلاً ثمانى ساعات يحصل على ثمانى نقاط أخرى فى السلم ، والذى ينام ست ساعات فقط يحصل على ست نقاط ، إلخ . وبالنسبة للسؤال

رقم (٢) ، وهو (كم من الوقت تحتاج لكى تستغرق فى النوم ؟) . بإمكاننا أن ننقص نقطة واحدة مقابل كل (١٥) دقيقة التى تلى الـ(١٥) دقيقة الأولى قبيل النوم لأننا نفترض أن الإنسان (العادى) يتطلب ذلك المقدار من الوقت لكى ينام فعلاً .

والآن تبين لنا أنه بإمكاننا أن نستمر على هذا النحو نزيد أو ننقص فى عدد النقاط بناء على ما نراه فى السؤال من انعكاس فعلى لعادات النوم عند الأفراد . وبعبارة أخرى ، إلى أى مدى يمكن للسؤال أن يميز بين النيام الجيدين والرديئين ، كل هذا يبدو منطقياً وجيداً للغاية . لكن علينا ألا ننسى بأننا نتعامل مع بشر وبالتالى يتحتم علينا الأخذ فى الاعتبار بما يلى :

١ - ليس كل الناس يحتاجون إلى نفس المقدار من الوقت أو الزمن من النوم ، فست ساعات قد تكون كافية تماماً لدى الكثير من الناس ، لكننا قمنا بخصم نقطتين كاملتين على مقياسنا لكل فرد لا ينام إلا ست ساعات .

٢ - إذا كان شخص ما يحس بإرهاق أو تعب خلال يومه بشكل دائم ، فهل نتج ذلك عن قلة النوم فعلاً ، أو قلة التمارين الرياضية ، أو مشكلة غذائية ، أو مشكلة صحية ، أو أن الشخص غارق فقط فى عشق وحب وهيام قاتل ؟ .

٣ - إذا استيقظت مرة واحدة فى الليل وقمنا بحسم نقطة عليك بموجب ذلك ، فهل يعنى ذلك أن علينا أن نحسم عليك نقطتين فقط إذا أنت استيقظت مرتين ؟ الاستيقاظ مرة واحدة فى الليل قد يكون ضرورياً جداً عند ذوى مثانة بولية صغيرة أو مريضة .

فيما أن الاستيقاظ مرتين قد يكون بالفعل دليلاً أو علامة على صعوبة فى النوم . فربما كان من الواجب أن نخصم منك عشر نقاط إذا استيقظت أكثر من مرتين فى الليلة الواحدة .

تلكم هى بعض الصعوبات التى سرعان ما تعترضنا عندما تكون أسئلتنا موجهة إلى بنى البشر ، ولذلك فإنه من غير المعقول أن نفترض أنه من السهل وضع معايير قياسية لوصف الإنسان ، كما لو أننا نقيس أرطالاً من الرصاص أو تصرفات مجموعة من الفئران فى قفصهم ، فأدوات القياس عندنا لن تكون بمنتهى الدقة أبداً والبشر أنفسهم من الصعب علينا أن نعتقد بأنهم ذوو رد فعل ثابت لا يتغير . وبعبارة أخرى لا

نستطيع أن نجزم بأن تلك المعايير سوف تبقى ثابتة بحيث سيكون للناس رد الفعل نفسه إذا ما تكرر عليهم السؤال نفسه أو الأحداث نفسها .

رغم أننا رأينا طرقًا مختلفة لمحاولة قياس مفاهيم معقدة ، مثلا : (هل تعتبر نفسك من النيام الجيدين؟) . لقد تعلمنا من ذلك شيئًا مهمًا فعندما نأتى إلى قياس سلوك الإنسان ، بما فى ذلك اتصالاته ، فإننا نجد أنفسنا مضطرين إلى الاستنتاج فقط . لقد رأينا كذلك كيفية جدولة مجموعة الأسئلة وترتيبها ، وكيف نستطيع بذلك إيجاد عملية فرز بين الناس من خلال جدولة تلك الأسئلة وترتيبها .

تمرين :

ارجع إلى أسئلة استخدام وسائل الاتصال ، ضع فى الفراغ المخصص تحت هذه الفقرة المفاهيم التى سبق قياسها ثم عرف عناصر المقياس (أى الأسئلة) التى لها علاقة بكل مفهوم . باستخدامك لعملية النقاط التى سبقت الإشارة إليها ، حاول أن تعد النقاط لنفسك حول كل مفهوم . وإن استطعت ، قارن بين محصول النقاط لديك مع صديق لك فى نفس الفصل ، إذا كانت عملية المقارنة هذه ممكنة فتأكد من أنك وزميلك قد استعملتما نفس عملية النقاط ، لاحظ كذلك أن عملية النقاط نفسها يجب أن تكون جريئة وقابلة للنقد . ادرس مع زميلك هل النتائج التى حصلتم عليها هى انعكاس حقيقى لاتصالات سلوكية أم إلى أى مدى يمكن القول بأن المقاييس المستعملة هى غير مناسبة .

المفهوم الأول – مثلاً – استخدام البث الإذاعى .

السؤال ٤ ....

السؤال ٥ ....

السؤال ٧ ....

السؤال ٩ ....

السؤال ١٢ ....

(ملاحظة : ليس من الضرورى وضع كل سؤال له علاقة بمفهوم ما)

المفهوم الثانى :

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

المفهوم الثالث :

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

المفهوم الرابع :

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

عنصر ....

الوحدة (٣)
استخدام وسائل الإعلام : قادة الرأى فى المجتمع

مراجع مفيدة :

Shearon A., Lowery and Melvin L., De Fleur: "Personal Influence : The Two Step Flow of Communication, "*Milestones in Mass Communication Research,* 2nd., ed., New York : Longman, 1988, pp.. (86-163).

تمعن فيما توصل إليه (لزار سفيلد وبيرلسون وجوديت) من أن أصحاب الرأى القيادى يتقاسمون بعض السمات الشخصية كالمستوى الثقافى العالى . وأن هناك علاقة وطيدة بين استخدام وسائل الإعلام والرأى القيادى . وفى مجمل القول ، فقد تبين أن أصحاب الرأى القيادى (خاصة فى المواضيع السياسية) هم أكثر استخداماً للوسائل الإعلامية ، عكس التابعين . وفى الحقيقة فإنه لمن الصعب أن نختبر العلاقة بين المستوى التعليمى واستخدام وسائل الإعلام على عينة من أحد الأقسام الطلابية فى الجامعة لأن معظم هؤلاء الطلاب سيكونون متساويين فى المستوى الثقافى ، وبذلك يكون الفصل الدراسى نفسه مجموعة متجانسة . لكننا بإمكاننا قياس العلاقة بين تكرار استخدام وسائل الإعلام والرأى القيادى لدى الوحدة الاجتماعية لشخص ما بناءً على تحليل وجيز لأجوبتهم عن الأسئلة المطروحة فى الاستبانة .

وتتلخص فرضيتنا فى أن هناك علاقة وطيدة بين الرأى القيادى (متغير مستقل) وبين نسبة تكرار استخدام وسائل الإعلام (متغير تابع) ، فلا نجرؤ على أن نستنتج أن استخدام وسائل الإعلام بشكل مكثف أو أكثر يؤدى إلى أن يكون الشخص من أصحاب قادة الرأى والفكر فى المجتمع . وكثيراً ما يكون العكس صحيحاً ، إذ إن وجود شخصية منفتحة على الآخرين ، وهى سمة من سمات الرأى القيادى تحت العديد من الظروف ، لدى شخص ما قد تدفعه إلى استخدام وسائل الإعلام بشكل مكثف . (لنتذكر جميعاً تلك الدعايات فى مجلتى التايم ونيوزويك *Time and Newsweek*) لقد نجحتا فى بيع منتوجاتهما بدعوى أنك بإمكانك أن تكون شعلة الجلسة إذا ما بقيت على اطلاع دائم على الأحداث الجارية وذلك بقراءة المجلات . إذاً فرغم أننا عاجزون عن إثبات أن ارتفاع

التعرض لاستخدام وسائل الإعلام يؤدى إلى خلق قادة رأى ، إلا أننا نستطيع على الأقل أن ندرس العلاقة بين المفاهيم نفسها إذا كانت موجودة .

تمرين :

دعنا نكمل نقاشنا حول اختبار فرضيتنا السابقة ، ارجع إلى استبانة استخدام وسائل الإعلام ، ضع لنفسك نقطة فى الهامش الموجود على يمين النص عن كل يوم أجبت بأنك تقرأ فيه جريدة يومية ، وذلك مقابل السؤال رقم (١) .

ثم اذهب إلى السؤال رقم (٣) وضع لنفسك نقطة إذا كنت قد أجبت بـ(نعم) . (لا تعط لنفسك أية نقطة إذا كنت قد أجبت بـ«لا») .

أعط لنفسك نصف نقطة مقابل كل يوم أجبت فيه عن السؤال رقم (٤) ، ونصف نقطة أخرى مقابل كل يوم لإجابتك عن السؤال رقم (٥) . أما إذا كنت قد أجبت بـ(نعم) عن السؤال رقم (٦) ، فاعط لنفسك ثلاث نقاط . (إن قراءة المجلات بشكل دائم لهو دليل على مدى اهتمام الفرد بالقضايا الاجتماعية ، وبالتالى يكون ذلك رهيناً باستخدامه للإعلام من أجل المحافظة على الاتصال بالأحداث الجارية) . ضع لنفسك نقطة على السؤال رقم (١٢) إذا كنت أجبت بنعم ، وضع نصف نقطة مقابل كل كتاب قرأته فى السنة الماضية ، أما السؤال رقم (١٣) فنصف نقطة فقط لأن البعض من تلك الكتب من الممكن أن تكون روايات غرامية ، حتى ولو قرأت (٢٠) كتاباً خلال السنة الماضية (فإننا لا نريد أن نعطى لهذا السؤال وزناً زائداً فى سلم النقاط المخصص لذلك) . ضع لنفسك نصف نقطة مقابل كل إجابة عن السؤال رقم (١٤) وأخيراً اجمع عدد النقاط كلها .

إجابتك فى الصفحة الثانية من الاستبانة تمكننا من تقدير مدى قدراتك الهامة حول الرأى القيادى . ضع لنفسك نقطة مقابل كل خمسة أشخاص اخترتهم فى جوابك عن السؤال رقم (١٨) ، وبحد أقصى ثلاث نقاط . ضع لنفسك نقطة لكل حوار حول أمور سياسية أو أحداث راهنة أجريتها فى كل يوم كجواب عن السؤال رقم (١٩) ، بحد أقصى ثلاث نقاط . ضع لنفسك أربع نقاط إذا كنت قد أجبت عن السؤال رقم (٢٠) بأنك تتمسك برأيك إلى أن يوافقك الآخرون عليه .

إذا كنت قد أجبت عن السؤال رقم (٢٠) بأنك تتخلى عن رأيك حتى ولو لم تقتنع برأى الآخرين ، فاخصم نقطة من مجموع نقاطك ، وإذا كنت قد قلت بأنك تبدأ فى قبول رأى الآخرين كرأى صائب ، فاخصم نقطتين . ضع لنفسك نقطة لكل جزء من السؤال (٢١) إذا كنت قد أجبت عنه بأنك (غالبًا ما تنصح الآخرين) واخصم نصف نقطة على كل جزء أجبت فيه بأنك (غالبًا ما ينصحك الآخرون) . والآن حاول أن تجمع كل النقاط التى حصلت عليها .

إن لديك الآن سجلين : واحد منهما يتعلق بتكرار استخدام وسائل الإعلام والآخر يخص الرأى القيادى أو قادة الرأى . فيا ترى هل وجدتها صحيحة ؟ . لا بد أن تكون الأرقام صحيحة ، لكن مدى انعكاسها على واقع تكرار استخدامك لوسائل الإعلام أو وضعية الرأى القيادى تبقى قابلة للمناقشة . ومن باب التجربة فقط سنحاول أن نختبر افتراضًا ، ويمكنك أن تقوم بتسجيل المعلومات على النحو الذى تراه فى جدول (٣،١) .

جدول : (٣،١) الرأى القيادى واستخدام وسائل الإعلام

	قيادة ضعيفة	قيادة قوية
استخدام إعلامى ضعيف	I n = ٤ [a] ٪١٦	II n = ١ ٪٤
استخدام إعلامى قوى	III n = ٧ ٪٣٠	IV n = ١٢ ٪٥٠

* الأرقام للمثال والتوضيح فقط .

إذا حصل طالب ما على نقطة أقل من المتوسط بشأن استخدام وسائل الإعلام ، ودون المتوسط بشأن قدرته على الرأى القيادى ، فذلك الشخص يجب أن يحسب فى الخانة الأولى أو الخانة رقم (١) . وإذا حصل طالب ما على نقطة عالية فيما يخص استخدام وسائط الإعلام ، ونقطة ضعيفة فيما يخص الرأى ، فإنه يحسب فى الخانة الثالثة أو الخانة رقم (٣) ، وهلم جراً إلى أن يوضع كل فرد فى الفصل فى الخانة اللائقة به . وهنا تجدر الإشارة إلى أن هناك عملية ثانية يمكن أن تساعدنا كثيراً : حاول أن تحول نسبة التكرار ـ Frequencies (مثلاً : n = ٤) إلى نسبة مئوية . وللحصول على هذا بكل بساطة اقسم العدد الموجود داخل الخانة على مجموع الأفراد الذين أجابوا عن السؤال . ففى حالتنا هذه . مثلاً ـ إذا أخذنا٢٤ / ٤ = ١٦٪ . والآن أعتقد أننا على استعداد لتقييم الفرضية بأن لاستخدام وسائل الإعلام علاقة بالرأى القيادى .

إذا كنت محظوظاً ، فإن الأرقام التى ستحصل عليها ستكون نسبية مثل تلك التى فى جدول (٣.١) فالأرقام التى فى الخانة (١) ستكون أعلى من التى فى الخانة (٢) ، والخانة (٤) يجب أن تكون أعلى من الخانة (٣) .

إذا كان الأمر كذلك فإننا نكون قد بينا بأنه حتى داخل فصل الدراسة حيث إن التربية بالإمكان أن تمحق الاختلافات ، فإن قلة استخدام وسائل الإعلام تتناسب مع قلة وجود الرأى القيادى ، مثلما تتماشى كثرة استخدام وسائل الإعلام مع وجود قادة الرأى . وإذا حالفنا الحظ ، فإن الخانات المقابلة يمكن أن تظهر أعلى نسب مئوية . وإذا ما كان الأمر كذلك ، فبإمكاننا أن نناقش (بكل أسف) أن الوزن الذى أعطيناه لقيمة الأجوبة على الاستبانة كان غير لائق ، ولكن بإمكاننا القول بأن افتراضنا لم يتم إثباته أو تدعيمه .

الوحدة (٤)
استخدام وسائل الإعلام : اختبار أسئلة الاستبانة

مراجع مفيدة :

Jesn M., : Converse and Stanley Presser : *Survey Questions; Handcrafting the Standardized Questionnaire*, Beverly Hills, Calif. : Sage, 1986, pp. (9-75) .

كتمرين للتحليل النقدى لهذا البحث ، سندرس جميعًا مسائل أخرى وردت فى الاستبانة حول استخدام وسائل الإعلام . ولعلك عزيزى القارئ قد سبق أن لاحظت بعض تلك المسائل وأنت تجيب عن أسئلة الاستبانة .

لنعد إلى السؤال رقم (١) مثلاً ، هل نفترض من المجيبين عن هذا السؤال اعتبار مجلة نهاية الأسبوع (مجلة يوم الأحد ـ Sunday Magazine) كجريدة يومية ؟ ربما يعتبرون ذلك ، وإذا كانوا يقرؤون جريدة كل يوم بما فى ذلك جريدة نهاية الأسبوع فإنهم قد يجيبون بـ(٧) . لكن بعض المجيبين قد يتوقعون سؤالاً إضافيًا حول **مجلة** نهاية الأسبوع ، كما أنه من الممكن أيضًا أن يجيبوا بـ(٦) فقط رغم أن جوابهم قد يضم جريدة نهاية الأسبوع كذلك إذا كانوا يقرؤونها . وبإمكاننا تطوير السؤال بزيادة عبارة (بما فى ذلك مجلة نهاية الأسبوع) .

ماذا نعنى بجريدة أسبوعية ؟ هناك مجتمعات صغيرة جداً ليس لها إلا جريدة واحدة وهذه الجريدة تصدر أسبوعيًا وليست كل يوم . الجريدة قد تضم كل التصنيفات أو الفقرات المتعارف عليها فى معظم الجرائد اليومية كالأخبار والأخبار المصورة ، والإعلانات وأشياء أخرى .

لكن هناك عدد كبير من الجرائد الأسبوعية فى هذه الأيام مثل جرائد (المبيعات) التى لا تحتوى إلا على إعلانات للمبيعات مثلاً (دليل المبيعات) ، وجرائد أخرى تأتى أسبوعيًا عبر البريد وتضم الجرائد (المتداولة) اليومية التى يطلق عليها اسم (التغطية الشاملة للأسواق) ، وكذلك دليل التسوق لشراء عدة أغراض مباشرة إلى المنزل دون النزول إلى السوق ، وجرائد متعلقة ببيع السيارات المستعملة ، إلخ . إذا كنت تتلقى

إحدى هذه الجرائد فإنه من المحتمل أنك قد أجبت بـ(نعم) عن السؤال (٣) ، رغم أن نوع الجريدة التى قد تتكلم عنها لا تكون من هذه الأنواع لكن السؤال يوحى بذلك .

وإذا ما رجعنا إلى أسئلة الفقرتين الخاصتين بالتلفاز ، فإننا سنجد نفس المشكلة تواجهنا ، فهناك برامج تبث فى خمس دقائق فقط خلال فترات الصباح ، وفى بعض الأحيان نجد أن الأخبار المحلية تبث خلال نصف ساعة ، وفى أحيان أخرى قد تستغرق ساعة بحالها أو ساعتين ، هل من الواجب علينا أن نعد المواجز الإخبارية السريعة كعرض إخبارى وطنى ؟ ربما كان الأجدر بنا أن نوضح ذلك أو أن نطور سؤالنا مضيفين له عبارة : (كم ساعة فى الأسبوع تقضيها فى متابعة أخبار التلفزيون المحلى ؟) .

هناك موضوع آخر يتبادر إلى ذهننا الآن وهو كالتالى : هل فى الحقيقة كل من يستمع إلى الأسطوانات الموسيقية يستمع إليها كل يوم على وجه التحديد ؟ ربما لا . لكن السؤال يحتم على كل من أراد أن يجيب أن يدلى بمقدار الزمن الذى يقضيه فى الاستماع إلى جهاز التسجيل كل يوم . ربما كان الأولى بنا أن نسأل السؤال على النحو التالى : (كم من الوقت تقضى أسبوعيًا فى الاستماع إلى جهاز التسجيل دون الراديو ؟) ، وبالتالى هل كلمة (الاسطوانات) تضم أشرطة المسجل وأشرطة الأقراص - Compact ؟ . وماذا عن السؤال رقم (١٠) جزء (أ) ؟ . عندما سألناك عن الأفلام الثلاثة التى شاهدتها مؤخرًا ، هل ضممت إليها الأفلام التى شاهدتها فى التلفزيون ؟ المقصود من السؤال هو الإدلاء بأسماء الأفلام التى عرضت فى السينما ، لكن هذا غير واضح فى السؤال ، أليس كذلك ؟ .

تمرين :

بإمكانك العـودة الآن إلى الأسـئلة كلهـا بدءًا بالسؤال رقـم (١١) مـحـاولاً أن ترى ماهى المشاكل والأشياء التى يمكنك إضافتها إلى القائمة :

١ –

٢ –

٣ –

٤ –

٥ –

الوحدة (٥)
مختارات من نماذج الاتصال

مراجع مفيدة :

Bruce Westley and Malcolm Maclean : "A Conceptual Model for Communications Research, "*Journalism Quarterly*, 34, 1957, pp. (31-38) .

إن كلمة (نموذج) كما سنستعملها هنا ، تعود إلى التمثيل التصورى (المجازى) لعملية الاتصال ، فالنموذج عبارة عن تشخيص ما يحدث أو ما يجرى خلال مرحلة نقل معلومات ما من نقطة (أ) إلى نقطة (ب) . وبكل صراحة يمكن القول بأن النموذج هو صورة لعملية الاتصال ، لكن لماذا نريد إذاً مثل هذه الصورة ؟ هناك دافعان سرعان ما يتبادران إلى الذهن وهما كالتالى :

١ - يحتاج طلاب الإعلام إلى التذكير بالعلاقة السلوكية المتداخلة فى عملية الاتصال .

٢ - إن النموذج يقوم بعزل جزئيات الاتصال كل واحدة على حدة حتى نتمكن من دراستها على حدة أيضاً .

وأول نماذج الاتصال الجماهيرى ما يعبر عنه باستفسار بسيط طرحه أحد المفكرين فى هذا المجال ويدعى (هارولد لاسويل) وهو كالتالى : (من ، يقول ماذا ، بأى وسيلة ، لمن ، وبأى تأثير ؟) .

رغم أن هذا الاستفسار لم يأت على شكل جداول واستبانات وسطور ومربعات وسهام وخانات تمكن من استنباط نماذج أخرى لاحقًا ، فإنه يوفى بالغرض ، ونجده كذلك يقسم عملية الاتصال إلى أجزاء تسمح للطالب أن يفحص كل جزء على حدة . ويعتبر ظهور سؤال المفكر لاسويل هذا بداية لنهضة عملية فى عالم البحث فى علوم الاتصال ، كما يعتبر نموذجه خطوة تقدمية فعالة فى هذا الميدان ولا زال الناس يتداولونه فى بحوثهم لغاية يومنا هذا .

أما نماذج الاتصال الأخرى فإنها إما ركزت على جوانب خاصة فى الاتصال أو أنها حاولت توسيع نطاق النموذج حتى يسع أية ظروف خاصة . وقد نشرت نماذج شتى فى مجال الاتصال خلال السنوات الأخيرة ، وسنكتفى هنا بذكر بعضها فقط .

نموذج المعلومات :

إن مفهوم الاتصال عند المفكرين (شانون وويفو) يعني : (كل عملية يتم من خلالها تأثير فكر ما على الآخر) . لقد استنبطا مفهومهما هذا من خلال الأبحاث التي كانا يقومان بها في هندسة الهاتف التي كانا يهدفان من خلالها إلى البحث في مدى نجاح أو فشل نقل مجلدات كبيرة من المعلومات . لكنهما كانا يعتقدان أن نموذجهما (كما سيتبين في الشكل (٥.١) يصنف الاتصالات بشكل إجمالي .

يقول المفكران إن الاتصال بإمكانه أن يضم آلات أوتوماتيكية إلكترونية أو الاتصال الصوتي بين الأشخاص ، لكن النموذج بإمكانه أن يطبق كذلك على أي نوع من الموسيقى أو الصور المتحركة أو الثابتة كما هو الشأن في التلفزيون . وباختصار ، فإنهما كانا يعتقدان أن نموذجهما للاتصال كان شاملاً ، وقد كان فعلاً محط اهتمام الكثير من الناس في مناقشاتهم ، كما استخدم في العديد من الكتب المستعملة لتدريس الاتصال خلال سنوات كثيرة .

(مفهوم الاتصال عند شانون وويفر)

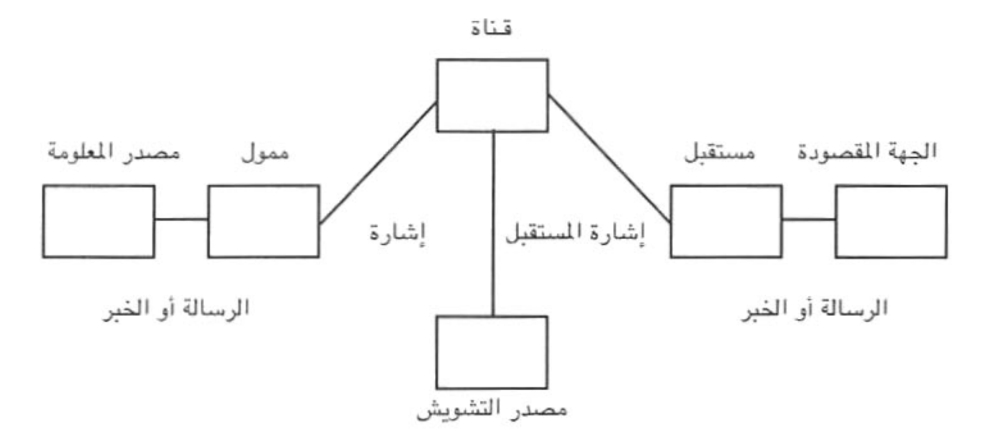


fig. (5,1) Shannon - Weaver Information model, Source :
Claude E. : Shannon and Warren Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press : Urban, III., 1949, Used with permission.

لقد أكد (شانون وويفر) على أن كلمة (المعلومة) فى هذه النظرية قد استعملت بمفهوم خاص ويجب عدم خلطها مع مفهوم (المعانى) وبذلك تكون المعلومة دالة على أى جزء من البيانات والمعلومات . كما أنهما جاءا بمصطلح التشكيك وعدم اليقين (Entrupy and Redundancy) يدل مصطلح (Entrupy) على عدم اليقين ، ومصطلح (Redundancy) على اليقين . كما أكد على أن الغاية من الاتصال هى التقليل من عدم اليقين ، وأن (التشويش) يقوى عدم اليقين لدى الفرد . فالتشويش من الممكن أن يكون ناتجًا عن شيء ثابت كالاستقبال لدى جهاز الراديو ، أو بطريقة صوتية مشوشة .

الآن وقد تبين لك بشكل مختصر مفهوم هذا النموذج ، حاول أن تجيب عن الأسئلة التالية إن استطعت :

١ - هل هذا النموذج يقوم بتصنيف جميع أنوا ع الاتصالات الإنسانية والجماهيرية ؟ اكتب جوابك هنا .

....
....
....
....

٢ - هل النموذج يستجيب بشكل قوى بما فيه الكفاية إلى استخدام الاتصال الجماهيرى لكى يعتمد عليه كوسيلة للتحليل المنطقى ؟ اكتب جوابك هنا .

....
....
....
....

النموذج النفسانى الاجتماعى :

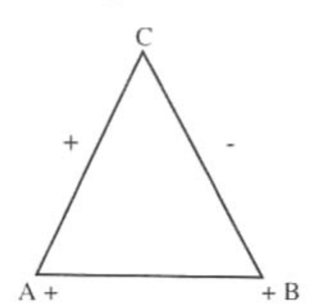
نظرًا لأن نموذج (شانون وويفر) كان ميكانيكيًا أساسًا ، فإن علماء النفس ركزوا على العناصر الشخصية . كما أنهم ركزوا بصفة خاصة على الفرد و(التسلسل المؤدى إلى رد الفعل) لدى ويفر . ورد الفعل يعنى التوجه لدى شخص ما نحو الأشياء المرئية . لنفترض مثلاً أن الشخص (A) والشخص (B) صديقان حميمان ، وأن هناك شيئًا ما يدعى (C) قد أثار انتباههما ، وهذا العنصر ممكن أن يكون أى شيء دراجة مثلاً أو

فيلمًا ، أو مجرد فكرة . ولنفترض مثلاً أن الشخص (A) أحب (C) لكن (B) لم يحب ذلك الشيء ، وإذا أخذنا بعين الاعتبار أن بين الشخص (A) والشخص (B) مودة وصداقة ، فما العمل إذن من أجل إزالة عدم التوازن هذا فى محبة الأشياء ؟ إننا بمجرد الوصول إلى أن هناك روابط وثيقة بين (A و B) فإننا بإمكاننا أن نتنبأ بأن (B) من الممكن أن يحب (C) كما هو شأن (A) ، أو أن (B) من الممكن أن يفكر بأن (C) هو شيء غير ضرورى للغاية وليست له قيمة لديه ، وبالتالى فبإمكانه أن يهمل المشكلة . وبمعنى آخر لا بد من إيجاد جهود متضافرة من أجل تضييق الفجوة بين الطرفين وخلق توازن فى هذه الحالة ، هذا نموذج أو نظرية بسيطة للغاية لكنها مهمة جداً . وواضح من خلال هذه النظرية أن التسلسل نحو التماثل يمكن ملاحظته بشكل روتينى وينبغى لنا فقط أن نتتبع ذلك .

ومن أجل تقليص عدم التوزان هذا أو التخوف من حالة وجوده ، فإننا نقوم بجمع الأشخاص الذين هم فى غالب الأحيان مثلنا تماماً . فأصدقاؤنا غالبًا ما يشاركوننا فى القيم والأهداف والمثل وأساليب الحياة ، إلخ .

وطالما نحن محافظون على علاقاتنا التماثلية ، فإننا بلا شك نعزز ونقوى مفهومنا للأشياء وكيف يجب أن يكون . نعم إننا نقولها فى بعض الأحيان بل وفى معظم الأحيان ، ونحكم على أصدقائنا مسبقًا بأنهم سيدعمون رأينا ، وبالتالى نتخذهم كمثال ضعيف جداً لا يدعم فى الحقيقة الحفاظ على التوزان بين الأشخاص والمحافظة عليهم .

النموذج وضع بصورة واضحة فى الشكل (٥,٢) أسفله



A يحب B

B يحب A

A يحب C

B لا يحب C

ماذا يجب أن نفعل بغية تقليص عدم الرضا والبقاء منفرداً مع صديق ؟

fig. (5.2) Newcomb's Balance Theory, Source : Adapted from Theodore M., Newcomb, : "An Approach to the Study of Communicative Acts," *Psychological Review*, 60, 1953, pp. (393-404).

١ - بعد انتهائك من دراسة هذا النموذج ، حاول أن تذكر ثلاث حالات رأيت من خلالها دليلاً على وجود اتجاه نحو التماثل (Symetry) .

٢ - حاول أن تعرف الحالات التي يتبين فيها أن التسلسل لا يظهر جليًا أي أنه يتجه نحو التماثل (Symetry) ويكون مختفيًا بسبب وجود اعتبارات أخرى .

نموذج الاتصال الجماهيرى :

يمكننا القول بأن النموذج الأكثر شيوعًا واستخدامًا فى الاتصال الجماهيرى قدم من الخمسينيات وقد تبناه آنذاك المفكران (ويستلى وماكلين) .

وهذا النموذج يشبه نموذج (لاسويل) من ناحية البساطة ولكنه فى نفس الوقت يمثل معرفة قوية جداً . لقد ساعدنا هذا النموذج على تحديد مفهوم مسار عملية الاتصال وتركيزنا بالخصوص على أجزاء العملية ، انظر نموذج (٥.٣) .

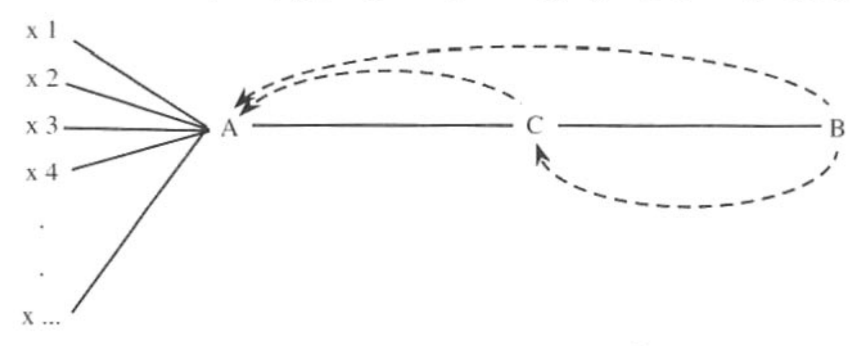


fig. (5.3) the Westly - Maclen Model of Mass communication. Source : Bruce Westly and Malcolm Macleans : "A Conceptual Model for Communications Research." *Journalism Quarterly*. 34. 1957. pp. (31-83) .

وللمزيد من المعلومات حول نموذج (ويستلى وماكلين) بإمكانك الرجوع إلى المراجع المقترحة عند نهاية هذا الفصل .

وبشكل مبسط جداً بإمكاننا اعتبار هذا النموذج امتداداً لنموذج (نيوكومب) المعروف بنموذج (ABC) غير أنه طور لكى يصبح نموذجًا يحتوى الاتصال الجماهيرى بدلاً من نموذج اتصال شخصى . فهذا النموذج يقترح أن الشخص (B) وهو الشخص

الذى يستقبل منبه أو رسالة من شخص متصل (C) حول شىء (X) وذلك يتم بوجود شخص آخر (A) . لنفترض مثلاً أن (C) محطة إذاعة ، و B = أنت شخصياً ، و A = صديقًا ما أو أحد أقربائك ، و X = حدثًا ما أو أى شىء آخر ، فالأمر هنا هو أن (C) عليه أن يكون بحضرة (A أو C أو B) ، ومن الممكن أن يعود (B) ليخبر باسترجاع (C أو A) - Feedback - ، كما أن مجموعة (X) من الممكن رؤيتها مباشرة عبر (C) دون أى تدخل من (A) . بعد دراستك للنموذج حاول أن تجيب عن الأسئلة التالية :

١ - ضع فى الاعتبار نموذج (ويستلى ماكلين) ، هل هناك حذف لأى عنصر مهم فى عملية الاتصال الجماهيرى ؟ ناقش ذلك .

٢ - هل بإمكانك تطوير النموذج بأى شكل من الأشكال لو أردت بناء هذا النموذج ؟ هل كنت ستضيف عليه عناصر أخرى ؟ ناقش .

تمرين :

من أجل بناء نموذج خاص بك ، فإنك ستحتاج لا محالة إلى النظر بشكل كلى فى عملية الاتصال داخل فصلك الدراسى . اعتمد على خيالك وتصور أنك منعزل عن باقى رفاقك ثم ضع نفسك فى أقصى ركن أو زاوية وارقب الفصل : من يتصل بالآخر ؟ وكيف ومتى إلى آخره ؟ هل ترى هناك أى توازن فيما يخص الاتصال بين كل أفراد الفصل ؟ أو هل هناك من هو مسيطر على المجموعة كلها ؟ وهل هناك أى تغذية مرتدة (Feedback) ؟ هل عملية الاتصال تتبع أى نظام معين ؟ كون تمرينًا مبسطًا لعملية إنشاء نموذج ما ، ارسم نموذجًا يصف أو يمثل عملية الاتصال فى الفصل . حاول إدخال - ليس فقط - دورك فى الفصل ، بل دور مدرسك أيضًا وكذلك المجموعة داخل الفصل كله ، اظهر الاتصال ذا الاتجاه الواحد والاتصال التحاورى .

الوحدة (٦)
انتقاء الأخبار : حراسة البوابة الإعلامية

مراجع مفيدة :

James K., Buckalew : "News Elements and Selection by Television News Editors," *Journal of Broadcasting*, 14, 1969-1970, pp. (47-54) .
Paul B., Snider : "Mr., Gates Revisited : A 1966, Version of the 1949 Case Study," *Journalism Quarterly* (44), 1967, pp. (27-419) .

تعتبر حراسة البوابة الإعلامية فكرة مهمة للغاية فى ميدان نظريات الاتصال وقد اقترحت هذه النظرية من طرف (دافيد مانينج وايت ـ David Manning White) فى دراسة له حول انتقاء الأخبار . وهذا المصطلح يقترح بأن القائم على الأخبار أو الرسائل الإخبارية هو قائم بذاته على فتح أو إغلاق (بوابة) الخبر ، سامحاً بذلك للخبر أن يندفع إلى الأمام ، أو أن يشاع ليكون حاجزاً ضد عناصر أخرى حسب خليط من الاختيارات المهنية الشخصية . وهذا شىء مهم جداً لأن انحيازات الفرد قد تؤدى إلى إتلاف أو دمج بعض العناصر ، ولأن اختيارنا للأخبار هو الذى يقوم بدون شك بتنويع وتلوين (تصوراتنا) أى معرفتنا للأحداث البعيدة أو الغابرة . والتمرين التالى يبين اختيارات الأخبار فى أحد أعداد مجلة نيويورك تايمز .

تمرين :

كل العناوين الرئيسية التالية جاءت فى مجلة نيويورك تايمز ، البعض منها جاء فى الصفحة الأولى والبعض الآخر جاء فى أماكن أخرى فى نفس العدد . اقرأ لائحة العناوين الرئيسية بأكملها وضع نجمة (*) بجانب كل عنوان ليبدو لك بأنه قد نشر ، أو يجب أن ينشر فى الصفحة الأولى . هذا وتجد مفتاح الإجابة للعناوين الإخبارية لدى المدرس . كن كذلك على استعداد لمناقشة أجوبتك الصحيحة ، هل أنت متفق مع المجلة فى ضم تلك العناوين فى الصفحة الأولى أم لا ولماذا ؟) كما يجب عليك أن تكون مستعداً للإدلاء بحجة عقلانية بسبب اختيارك لبعض العناوين . ومن أجل القيام بذلك وتسهيل المأمورية عليك ، حاول أن تضع نفسك محل محرر هذه المجلة حتى يتأتى لك الخروج بأحكام تساند مبدأك ورأيك فى السياسات المتبعة لدى مجلة نيويورك تايمز .

مقتطفات مختارة لأهم الأنباء من أحد أعداد مجلة نيويورك تايمز :

١ – أحد الجواسيس يعطل صفقة الأسلحة فى الهند .

٢ – موجة البرد القارس والرياح تضرب عدداً من المناطق فى أمريكا الشمالية ، انقطاع عدة برامج إذاعية .

٣ – حالة الاستياء والغضب تعم حياة المزارعين بسبب ارتفاع الديون وإتلاف الأراضى .

٤ – الصين تهاجم بعنف الولايات المتحدة الأمريكية حول ميزانية الإسكان .

٥ – تقرير يحصى مجموع المستوطنين فى الضفة بنحو (٤٢,٥٠٠) .

٦ – شركة فاير براند الجمايكية تندمج مع شركة آرلد سبيريت .

٧ – قلب اصطناعى يشتغل بصورة جيدة لكن الذاكرة تفشل .

٨ – الولايات المتحدة تدعم مناهضى دوارتو دينيس .

٩ – كوريا الشمالية تتعهد بإرجاع اثنين من الصواريخ المفقودة إلى كوريا الجنوبية .

١٠ – كوهل يعطى للولايات المتحدة الدعم حول موضوع الدفاع الفضائى .

١١ – الولايات المتحدة تقول بأن السوفيات يحاولون القيام بقمر اصطناعى لأمريكا الجنوبية .

١٢ – عطب يحصل فى باخرة موتينى السوفياتية .

١٣ – إيران تخفض من أسعار البترول إلى مستوى دول الأوبيك .

١٤ – طعام الكلاب يحضر بوصفة خفية : تحديد النسل .

١٥ – تزوير الدرجات بالحاسب الآلى يثير مشاكل جديدة فى الجامعات .

١٦ – اتفاق بريد نيويورك يعطى منعطفاً جديداً فى قضية ليبل .

١٧ – اختلاف حول موضوع التدريب العملى المقترح من طرف الرئيس .

١٨ – بعض القضاة لازالوا متمسكين بحصة نسبية مدعمة .

١٩ – رجال الكونغريس ينتقضون كتاباً حول رمى المخلفات والنفايات بالطرق غير القانونية .

٢٠ – تدهور فى عدد المسجلين بالمؤسسات المهنية

٢١ – مقتل ثلاثة أشخاص فى حريق منزل .

٢٢ - الرئيس ريجان يحث على روح التعاون إزاء موضوع الميزانية .

٢٣ - خطأ يودى بحياة طفل عمره (٢٠) شهراً فى إحدى العيادات .

٢٤ - نيكاراجوا تقول إن حالتها المادية تأخذ شكلاً (جهنمياً) .

١ - ما الأسباب المنطقية لاختيارك المواضيع التى يجب أن تضم فى الصفحة الأولى . (أى بعبارة أخرى ، ما هى المقومات التى اعتمدت عليها فى اختيارك لهذه المواضيع كى تأخذ الصدارة فى تغيطة أخبار الصفحة الأولى ؟) .

٢ - هل تصدر موضوع ما فى الصفحة الأولى يعطيه شيئًا من الأهمية أو التركيز ؟ وبعبارة أخرى لنفرض أنك قرأت الموضوع رقم (٨) فى الصفحة (١٥) لكن شخصًا آخر قرأ نفس الموضوع فى الصفحة الأولى ، هل تعتقد أن تقييمكما لمدى أهمية الموضوع سيكونان متساويين ؟ إذا كان الأمر عكس ذلك ، فما هو يا ترى سبب نشوء الخلاف ؟ تحدث عن ذلك .

٣ - راجع لائحتك لعناوين الأخبار التى تعتقد أن تكون فى الصفحة الأولى ، هل ترى هناك أى نوع من التصنيف ؟ .

مثلاً : أيهما اخترت غالبًا الأخبار الوطنية أم الدولية ؟ أو الأخبار المتعلقة بالعنف والجرائم ، أم قضايا أخرى ؟ أو كان اهتمامك فقط بالمواضيع السياسية ؟ وأخيراً ما الذى دفعك إلى ذلك الاختيار ؟ ، هل سبب ذلك هو :

أ- حاجتك لتبيع الجرائد .

ب - حاجتك إلى إبلاغ الناس بالأنباء العالمية .

جـ - أو حاجات أخرى ؟ تحدث .

٤ - هل مارست بالفعل دور حارس البوابة الإعلامية ؟ هل كانت أحكامك مبنية فقط على الأرضية المتكونة من الأنباء والجمهور ، أم أن بعض الأشياء والأفكار الشخصية قد تسربت بسهولة ، وفى صمت كى تؤثر على قدراتك ؟ تحدث .

الوحدة (٧)

الدعاية : سماتها وتطبيقاتها

مراجع مفيدة :

Leonard I., Pearlin and Morris Rosenberg : "Propaganda Techniques in Institutional Advertising," *Public Opinion Quarterly,* 16, 1952, pp. (5-26) .

لقد نشأ مصطلح (الدعاية) فى خضم الحرب العالمية الأولى وبقى مهيمناً على مجال البحوث خلال الثلاثين أو الأربعين سنة التالية . وقد نضجت هذه الظاهرة خلال الحرب نظراً لما تحمله فى طياتها من معان تخدم وتتلاءم مع الظروف السياسية لتلك الفترة . ويبين المفكر (لاسويل - Lasswell) الأهداف الرئيسية للدعاية (التى لها صلة بالحرب كما سنرى) فيما يلى :

١ - تحريك الحقد وتأجيجه ضد العدو .

٢ - المحافظة على الصداقة بين الحلفاء .

٣ - المحافظة على صداقة وضمان التعاون مع الدول المحايدة .

٤ - تخريب أخلاقيات العدو [١] .

لكن هل تقتصر الدعاية على الإبقاء والمحافظة على القوى السياسية والعسكرية الراهنة ؟ لنتصفح بعض العناصر المكونة للإشاعة .

١ - محاولة خلق تغيير فى الآراء والمواقف والقيم .

٢ - محاولة خلق أو تغيير نحو وجهة نظر معينة .

٣ - بإمكانها أن تكون إما اتهامات خفية أو علنية .

٤ - ستكون موجهة إلى جمهور عريض .

٥ - ستستخدم الإعلام .

(١) Harold Lasswell : *Propaganda Techniques in the World War* (New York : Peter Smith, 1927 .

هل الإعلان نوع من الدعاية ؟ نحن بدورنا لا نعتقد ذلك وخاصة إذا كان الهدف بيع السلعة . لكن إذا كانت القضية تتعلق ببيع فكرة ما و صورة ما فقد يكون الأمر أقرب إلى ذلك . والدعاية على العموم قد سخرت لاستقطاب وجهات النظر .

لنضع الإعلان على جنب قليلاً ، فهل يمكن اعتبار الدعاية السياسية الدولية ضرباً من التاريخ الماضى ؟ هل بإمكانك أن تعطى أمثلة على الدعاية من خلال أى حادثة حديثة العهد ؟

تمرين – الجزء الأول :

- بين وكن على استعداد لمناقشة أمثلة حول الدعاية فى الشرق أو فى الغرب خلال أى حرب من الحروب الأخيرة . (والمقصود بالشرق هنا الاتحاد السوفياتى ، الصين ، كوريا الشمالية ، والغرب الولايات المتحدة الأمريكية ، إنجلترا ، فرنسا ، ألمانيا الغربية) .
- بين وكن على استعداد لمناقشة أمثلة حول الدعاية خلال أحد الحروب الباردة فى الخارج .

الجزء الثانى :

- فى كتاب لهما تحت عنوان (الفن الجميل للدعاية – *The fine Art of Propaganda*) يبين كل من الفريد ماك كلانغ لى وإليزابيت براينت لى Alfred McClung lee and Elizabeth Briant Lee (١٩٣٩م) سبعة (أجزاء) للدعاية ، سنتطرق إليها فيما بعد . فهل تعتقد أنها مهمة اليوم ؟ حاول أن تقرأ بعض الجرائد والمجلات بما فى ذلك الإعلانات وحاول أن تجد أمثلة حديثة لكل جزء من هذه الأجزاء . فإذا كنت قد قرأت حدثًا ما فى مجلة نيوزويك أو المجلة مثلاً ، فاحتفظ برقم الصفحة والعدد والتاريخ كذلك . كما يجب عليك تدوين ذلك كخبر أو إعلان . عند الانتهاء من هذه العملية عليك أن تقرر ما إذا كنت تعتبر ذلك نوعًا من الدعاية أم لا ، كالآتى :

١ – التسمية :

مثال : أحد المقالات أطلق على شخص ما مصطلح «رئيس محافظ» ناقش :

٢ – التعميمات البراقة :

مثلاً : «أحسن طريقة للتسوق» ، عنوان يضم الكلية مع التعميم بدون سابق اختبار .

٣ – الانتقال :

مثلاً : سياسي مبتدئ يربط نفسه بسياسي جذاب صحاب مسؤولية .

٤ – الشهادة :

مثلاً : الشهرة تدعم أحد المنتوجات ، كزيوت المحركات .

٥ – رجال السياسة :

مثلاً : عضو منتخب يحاول اتباع سياسة «مثلي ... مثلك ، لماذا أنت ... وأنا لا ؟» .

٦ – ترتيب الأوراق :

مثلاً : توضيح رأي شخص ما باستخدام أسوا موقف حدث له .

٧ – حافلة المجموعة :

مثلاً : عليك بالانضمام إلينا لأن الجميع سيفعل ذلك ولا نظنك سترضى بأن تبقى وحيداً .

الجزء الثالث :

هناك عنصر ملح آخر يجب على طلبة الدعاية أخذه بعين الاعتبار يسمى (الربط) أو بلغة العامة (الجزئيات الجيدة) والتقنية هنا أن يربط منتوج أو فكرة ما مع منتوج آخر أو فكرة أخرى تكون غالبًا ذات أهمية قصوى وتقدير عالٍ .

لعلنا نتذكر ـ مثلاً ـ إعلانات مختلفة جاءت في بعض الأحيان لتنشر بيننا منتوجًا ما . وغالبًا ما يقرن أو يربط هذا المنتوج (كطعام القطط) مثلاً بكلمة حب أو محبة . والكاتب يذكرنا هنا بمنظر غريب ، إنه منظر إحدى علب مادة الصباغة وهي ذات حجم أربعة جالونات . فمنظرها كعلبة في حد ذاتها لا يعجب ، لكن الدعاية جعلت منها شيئًا جميلاً

للغاية ، وذلك بذهنها بلون ذهبى تتوسطه صورة فتاة حسناء بثياب قصيرة جداً ، إن ذلك يغير حتماً من نظرة الناس إلى علبة الصباغة هذه ، وبالتالى تتكون رابطة عاطفية بينهم وبين تلك العلبة .

انظر حولك وفى المحيط الذى تعيش فيه . هل ترى هناك أشياء من هذا النوع ؟ . هل ترى منتوجات قد شقت طريقها نحو بيوتنا وأصبحت مألوفة لدينا بحكم رابطة عاطفية مبنية على صورة أو لون أو طريقة عرضها إلى غير ذلك ؟ بإمكانك أن تضم إلى ذلك المنتوجات المعروضة عبر الراديو والجرائد والمجلات والتلفزة إلى غير ذلك .

عليك إذن إعطاء كل الجزئيات حقها حتى يتأتى لشخص آخر أن يتعرف على ما إذا كانت هناك ثنائية أو نص أو هدف معين من ذلك العرض :

١ - ....

٢ - ....

٣ - ....

الوحدة (٨)
أساليب كتابة الأخبار

مراجع مفيدة :

Lewis Donohew : "Newswriting Styles : What Arouses the Reader?," *Newspaper Research Journal,* 3, 1982, pp. (3-6) .

إن طرق وأساليب كتابة القصة الإخبارية كانت ولا تزال موضوع اهتمام وجدل بين رؤساء التحرير والصحفيين منذ تقويم وتطوير وسائل الاتصال الجماهيرى ، فمعظم المقالات فى الجرائد القديمة كانت مبطنة بآراء كتابها وكان هذا الأمر طبيعيًا لدى القراء إلى منتصف سنوات (١٨٠٠م) إبان عصر صحافة بينى (Penny Press) .

ومع التطور الباهر فى ميدان الاتصالات السلكية واللاسلكية حيث أصبح بث الأنباء والأخبار من قارة إلى أخرى عاديًا ، وأصبحت الأنباء مع ذلك لا تقتصر على الأمور السياسية فحسب ، بل تجاوزتها لكى تغطى أهم الأحداث الجارية وأحداث الساعة مما جعل أساليب نقل الأخبار تتغير هى الأخرى .

إن طريقة الهرم العكسى أو المقلوب لعرض الأخبار قد تم تطويره لكى يعطى أهم الحقائق فى بداية القصة ، والسبب فى إعطاء الدلائل والحقائق المهمة فى بداية القصة هو تفادى أى خطأ أو تداخل أو انقطاع قد يحدث خلال بث الخبر عن طريق التلغراف أو غير ذلك ، رغم أن طريقة الهرم العكسى لسرد أو كتابة الخبر الجاد لا تزال هى الطريقة الأكثر تداولاً ، فإن الناشرين والكتاب اليوم هم أشد اهتمامًا بما يتطلبه القارئ ويجذب اهتمامه .

فما هى يا ترى الطريقة التى يجب أن تعرض بها القصة الإخبارية حتى يتفهمها القارئ ؟ وأى أسلوب يثير اهتمام القراء ؟ وأى الأساليب تثير المتعة والتفاعل وتضم من البساطة ما يسهل فهمها ؟

لا شك أن الجدل حول أساليب كتابة الأخبار لا زال قائمًا إلى يومنا هذا . وهناك الأساليب التى أعيد النظر فيها وقوّمت مرة أخرى ، أسلوب الهرم العكسى التقليدى ، وأسلوب السرد أو (رواية القصة) وأسلوب المزج بين هذين النوعين السابقين .

تمرين :

فيما يلى قصة يمكنك قراءتها قبل الإجابة عن الأسئلة :

- فايربانكس : قتل أربعة أشخاص بينما جرح (١٢) آخرون فى قتال نشب بين متظاهرين من منظمة الفلاة الأمريكية (AWO) وعناصر القوات الفيدرالية مما أسفر عن إرجاع (قطار البخار) إلى الاشتغال مرة أخرى اليوم .
- والى ألاسكا دونالد ويكس يعطى أوامره إلى مجموعتين من قوات البنادق من الحرس للتدخل فى إخلاء الأجواء على حدود (٢٠) ميلاً جنوب فايربانكس حيث اعتصم حوالى (٥٠٠٠) عضو من جماعة (AWO) .

سولون الذى أعطى أوامره هذا الصيف لتمرير قانون لتمديد أنبوب كبير من الاسكا إلى لينكولن ، أبقى على برنامج السكة الحديدية لقطار صغير على طول طريق الأنبوب إلي لينكولن .

- احتشد جمع من (٥٠٠٠) شخص خلال الأسبوع وذلك فى (ويلى كريك فانكشن - Willis Creek Function) مكان أول وقوف للقطار للتزود بالماء ، وكانت (AWO) قد أعدت عريضة لعرضها على ممثلى البرلمان على ظهر القطار محتجين على بناء خط الأنبوب . وبينما كان (AWO) فى حديث مع السيناتور آدم جيننج وأعضاء آخرين من البرلمان ، كان الصياح يسمع من الحشد .
- وكانت العناصر الفيديرالية المكلفة بالحراسة تتحرك بين المجموع على القطار والتجمع البشرى وبعد ثوان بدأ تبادل الطلقات النارية بين عناصر القوات وبعض أفراد الجموع المحتشدة ، بينما حاول الأغلبية الفرار من خط النار .
- هرع البرلمانيون إلى القطار ، فقتل خبير فيديرالى من واشنطن يدعى آدم جى . دوجيت يبلغ من العمر (٣٨) سنة ، وكذلك كان نفس المصير لرجلين وامرأة من الحشد ، حيث تم إجلاء المصابين بواسطة طائرة مروحية فى ظروف مجهولة ، وظلت أسماء الضحايا مجهولة وذلك فى انتظار إبلاغ أقاربهم .

- وبعد الحادث قال زعيم منظمة (AWO) بيرى واتسون الذى عاش حادثة عريضة القطار إن فريقه سوف يظل على الأرض لمنع أية محاولات أخرى لتشييد الأنبوب عبر الطريق . وبعد فتح النار على (٥٠٠٠) مدنى غير مسلح ، يقول واتسون إن الحكومة أظهرت «استخفافها بحياة المواطنين» .
- وقد أضاف بأن أعضاء (AWO) سوف يستلقون فوق خطوط السكك الحديدية إذا دعت الحاجة لكى يظهروا أن أرواح الضحايا الأبرياء الثلاثة لجزرة اليوم لم تكن سدى .
- وبعد أن غادر القطار فيربانكس قال السيناتور جينينجز إن ما حدث كان بالنسبة له صدمة حيث إن عصابة من المجرمين استطاعوا العبث بحياة الأبرياء من الناس ، وذلك فقط لإثارة انتباه الرأى العام من أجل قضية خاسرة .

	نعم	لا	غير متأكد
١ - هل استمتعت بالقصة ؟	-	-	-
٢ - هل عبرت القصة عن الحدث ؟	-	-	-
٣ - هل أعجبك أسلوب الكتابة ؟	-	-	-
٤ - هل كان الوصف صادقًا لما حدث ؟	-	-	-
٥ - هل ردت القصة عن كل الأسئلة المطروحة حول الحدث ؟	-	-	-
٦ - هل كان طول القصة مناسبًا ؟	-	-	-
٧ - هل تكون مقتنعًا بعملك لو أنك قمت بكتابة هذه القصة ؟	-	-	-
٨ - هل تظن أن الجريدة سوف تنشرها ؟	-	-	-
٩ - هل تظن أنه يجب على الجريدة أن تنشرها ؟	-	-	-

والآن اقرأ القصة رقم (٢) ثم أجب عن الأسئلة التى تليها :

- تنبأ جينو بألاسكا بتطور التظاهرة السلمية إلى أزمة وطنية هذا الصباح حيث إن تبادل إطلاق النار على (قطار خط الأنبوب) بين القوات الفيدرالية وعناصر منظمة البرارى الأمريكية (AWO) فى منطقة خالية على امتداد (٢٠) ميلاً جنوب ألاسكا .
- خلال تبادل النار قتل أربعة أشخاص من بينهم حرس الخدمة السرية وجرح (١٢) شخصاً آخرين تم إجلاؤهم بواسطة طائرة مروحية فى ظروف غامضة .
- فى الساعة (١٠) صباحاً أصدر والى ألاسكا دونالد ويكس أوامره لإرسال كتيبتين من الحرس الوطنى مسلحتين كى تصلا إلى الموقع قبل الغروب .
- إن قطار خط الأنابيب الذى يحمل البرلمانيين الذين وجهوا بعض تشريعات هذا الصيف بالموافقة على ربط ألاسكا ونبراسكا بأنبوب نفط برى كبير قد غادر فايربانكس الساعة (٨) صباحاً بعد زيارة استغرقت أربعة أيام إلى ما يسمى بمشروع طريق خط الأنابيب .
- خلال ظهر يوم أمس ، عسكر ما يقارب (٥٠٠٠) شخص من أعضاء ومحبى منظمة البرارى الأمريكية (AWO) من جميع أنحاء البلاد وذلك فى المنطقة الخالية قرب ويلى كريك جانكشن ينتظرون أية وقفة للقطار الصغير للقيام بمظاهرة رسمية ضد خط الأنابيب .
- كل شىء كان هادئاً لما خفف القطار سرعته للوقوف تحت البرج المائى فى المنطقة الخالية . اقتربت لجنة من بضع عشرات من عناصر (AWO) فى الجيتر وتى تورتان ليقرؤوا معروضاً على الحاضرين ثم الشخصيات الرسمية التى تركب القطار .
- قاد السيناتور آدم جينينج زملاءه البرلمانيين مع مجموعة من الحراس خارج القطار لانتظار ممثلى (AWO) ، سمعت أصوات الرصاص أثناء الحديث فتعالى الصياح لتتحرك القوات السرية وسط الجمع مبرزين أسلحتهم .
- عمت الفوضى عند سماع أصوات الطلقات النارية من جوانب القطار ، فتعالى الغبار من تحت أرجل البرلمانيين . بدأ الحرس فى الرد على المتظاهرين ، هرب بعض الشباب ، فاستلقى الآخرون على الأرض لما اعتلت المكان سحابة من الدخان . جر البرلمانيون أرجلهم إلى القطار بطريقة غير رسمية ، وذلك تحت حماية الحراس بحيث لم يستغرق الحادث نصف دقيقة بما فى ذلك الصراخ والخوف والقتل .

- بعد الحادث قال (بيرى واتسون – Berry Waltson) زعيم (AWO) الذى ترأس التجمع عند القطار إن فريقه سوف يظل فى المكان لمنع أية محاولات أخرى لمد خط الأنبوب عبر المنطقة .
- إن سبب وجودنا هنا ، يقول واستون : هو فقط أن نقول للحكومة إننا لا زلنا نعارض خط الأنبوب ، وإن فتح النار على (٥٠٠٠) شخص مجردين من السلاح دليل على استخفافهم بالحياة ، مضيفًا أن عناصر (AWO) سوف يستلقون على الطريقة إذا كان ضروريًا لنبين أن الأمريكيين لا زالوا يعارضون حكومة (الأخ الأكبر) ولكى نظهر أن أرواح الثلاثة أشخاص الضحايا فى مجزرة اليوم لم تذهب سدى .
- بعد أن عاد من رحلته قال السيناتور جينيج بأنه صدم بعد أن علم أن مجموعة من المجرمين استطاعت أن تعبث بحياة أشخاص أبرياء ، وذلك فقط لإثارة الرأى العام من أجل قضية خاسرة . وأطلب التحقيق الكامل فى هذا الحادث المؤلم لأخذ الجناة إلى العدالة .
- توفى خلال هذا الصدام عميل يدعى آدم جى ، دوجيت من واشنطن ويبلغ من العمر (٣٨) سنة ، بالإضافة إلى رجلين وامرأة لم تعرف أسماؤهم ، أما المصابون فلم يكونوا معروفين حتى الظهر .
- وقد نظم أعضاء (AWO) مظاهرة ألاسكا لما تم الإعلان الشهر الماضى على أن البرلمانيين سوف يقومون برحلة على طول خط النفط المقترح ، وذلك على متن القطار ، ولقد أكد الزعماء على أنها لن تعدو أن تكون محاولة مظاهرة سلمية لمنع الضرر بحياة البرارى على أرض خالية تبلغ مساحتها أكثر من (٣.٥٠٠) ميل .

	نعم	لا	غير متأكد
١ – هل استمتعت بالقصة ؟	–	–	–
٢ – هل عبرت القصة عن الحدث ؟	–	–	–
٣ – هل أعجبك أسلوب الكتابة ؟	–	–	–
٤ – هل كان الوصف صادقًا لما حدث ؟	–	–	–
٥ – هل ردت القصة عن كل الأسئلة المطروحة حول الحدث ؟	–	–	–
٦ – هل كان طول القصة مناسبًا ؟	–	–	–
٧ – هل تكون مقتنعًا بعملك لو أنك قمت بكتابة هذه القصة ؟	–	–	–
٨ – هل تظن أن الجريدة سوف تنشرها ؟	–	–	–
٩ – هل تظن أنه يجب على الجريدة أن تنشرها ؟	–	–	–

وفيما يلي القصة النهائية التي يجب قراءتها والإجابة عن الأسئلة حولها :

- كتب (أنكو ريج – Anchorage) يقول : كيف يمكن للموت أن يسمى مهزلة ؟ تراجيدية وسفك للدماء لكن ذلك يحدث فقط في أغرب الظروف .
- ما الذي أخذنا إلى هناك حيث نجد المتشردين والخادمات والشباب ، كثير منهم جاؤوا من على بعد (٤٠٠٠) ميل من الينوي وكاليفورنيا ، وذلك لبناء مخيم في انتظار قطار لقراءة اعتراض على ما سيحدثه بناء خط أنبوب للنفط لحياة البراري . إن هذا لشيء مضحك ! .
- ما الذي أخذنا إلى هناك بهذا العدد الكبير ؟ ، إذا فكرت جيداً فسوف تأخذ أسبوعاً بأكمله من حياتنا لتعرض على التلفزيون ، ويمكن أن تأخذ أحد أصدقائك لمخيم في ألاسكا ، ومع ذلك يبقى السبب معقولاً .
- لقد كان لنا نصيب أكبر من الفضولية ، ومن المنصف أن نضيف المعلقين والمصورين وعربات بائعي (السندوتشات) الذين جاؤوا من أماكن يعلم بها الله .
- لقد كنا مجموعة صغيرة لكنها منظمة ، ومن حين لآخر يثير انتباهنا شخص يعزف على قيثارته داعياً إلى المساعدة في بناء خيمة ، أو لمجرد الحديث ، فتجد الشخص يسأل الثاني ، هل تذكر آخر مرة .. ؟ .
- فقط أولئك الذين يؤمنون بأمريكا ليس كما تراها اليوم في مركز روكفيلير ، ينظرون إلى (Strip) في لاس فيغاس أو إلى البنايات الوردية والضواحي البلاستيكية خارج سانت لويس (St. Louis) . هؤلاء أناس مسالمون يفكرون ملياً في براءة الأرض ليأتوا إلى الخلاء لرفع آخر صيحة من أجل البراءة .
- لكن دعنا نواجهها ، في البداية ليست هناك أية إشارة إلى ما يمكن أن يدل على أن هناك أزمة ولكن ـ عزيزي القارئ ـ لما وصل القطار كانت هناك أزمة . وأغرب شيء شاهدته في حياتي حينما وصلت الطائرة النفاثة ثم بدأت تقذف بطريقة جنونية ، كنت على يقين بأن المصيبة قد حلت . وكل ما يمكن فعله هو أن نضحك لأننا ننظر إلى المستحيل يحدث أمام أعيننا . إنه شيء سخيف ! . وعندما دخل القطار إلى المنطقة وسمع صفير سككه ليقف تحت البرج المائي ، كان الكل هادئاً ما عدا الخلفية

الموسيقية . . وقعت الأنظار على الركاب وكان بينهم شخص بقبعة سوداء كبيرة وشنب ، يرتدى بدلة سوداء ويمسك سيجارة رقيقة بيده ، إنه (جاك بالانس – Jack Palance) .

– وقف على الباب ينظر إلى الفلاحين وسلاحه إلى جانبه يشبه الأسبانى الأمريكى (مكسيكى سابقًا) ، الطربوش وراء رأسه وسنة ذهبية من أسنانه تعكس ضوء الشمس ووجه مندوب ، مشى هذا الأخير يتبعه الآخرون .

– دخل الساحة تاركًا وراءه أصحاب الطرابيش البيضاء مدججين بالأسلحة ، كانوا يتحدثون لما دوى الرصاص وسط الحاضرين وعمت الفوضى وتعالت الصيحات ، رأيت الناس يفرون ، ومنهم آخرون يموتون ، ثم عاد الزوار إلى القطار .

– وكان حاصل الحادث أن قتل أحد الحراس ذو البدلة السوداء ثم رجلان وامرأة من الحاضرين ، وكان الجرحى يبكون ، وبعض نصف ساعة نزلت طائرة عمودية لإجلاء الموتى والجرحى بالإضافة إلى سيارات الإسعاف والشرطة وذلك لإعادة الاستقرار . طوق هؤلاء المكان مستعملين الغاز المسيل للدموع . كان لدى إحساس – عزيزى القارئ – بأن إعادة الاستقرار سوف تأخذ وقتًا طويلاً .

	نعم	لا	غير متأكد
١ – هل استمتعت بالقصة ؟	–	–	–
٢ – هل عبرت القصة عن الحدث ؟	–	–	–
٣ – هل أعجبك أسلوب الكتابة ؟	–	–	–
٤ – هل كان الوصف صادقًا لما حدث ؟	–	–	–
٥ – هل ردت القصة عن كل الأسئلة المطروحة حول الحدث ؟	–	–	–
٦ – هل كان طول القصة مناسبًا ؟	–	–	–
٧ – هل تكون مقتنعًا بعملك لو أنك قمت بكتابة هذه القصة ؟	–	–	–
٨ – هل تظن أن الجريدة سوف تنشرها ؟	–	–	–
٩ – هل تظن أنه يجب على الجريدة أن تنشرها ؟	–	–	–

– بعد قراءة القصص الثلاث ، هل يمكنك أن تختار كاتبًا لكل قصة من الصور الواردة فى الشكل (٨.١) ؟



بيان : (٨,١)

هل تستطيع اختيار مؤلفى القصص الثلاث

الآن وقد أتممت تلك الخطوات التجريبية (رجاءً لا تستمر إلا إذا دعيت إلى ذلك) ، بإمكان مدرسك أن يرتب الفصل بشكل تدريجى معتمداً على الأيادى المرفوعة عند الإجابة عن كل من النقاط التسع المطروحة لكل من القصص الثلاث . بما أن عملية التقسيم هذه هى عملية مقارنة واضحة وصريحة ، فالمقترح هنا هو تمكين الفصل من إيجاد حل ناجح وسريع لجمع نتائج هذه العملية على ألا تتجاوز المدة الزمنية لذلك أكثر من (١٥) دقيقة ، وبالتالى الوصول إلى نتيجة شبه نسبية لآراء الطلبة حول نوعية هذه القصص ، بينما يقوم الفصل كله بعملية ترتيب وتقييم إجاباتهم ، فإننا نقترح أن يدون كل طالب إجابته أثناء هذه العملية حتى يتبين له ما إذا كانت إجابته تتلاءم مع إجابات رفقائه أم لا .

إن هذه التجربة هى مجرد خطوة من أجل دراسة الآراء حول أسلوب الكتابة التى جلبت الأنظار والاهتمامات (ومناظرات كبيرة كذلك) فى بداية السبعينيات . لقد أطلق مصطلح (الصحافة الجديدة) بناء على فكرة أنه من الصعب على الصحفى أن يكون موضوعياً حتى وإن حاول ذلك ، لذا فإنه من الواجب عليه عدم إظهار أى زعم أو ادعاءات بذلك . ولا شك أن تمثيل الأحداث بشكل صادق كان من الممكن أن يحصل بشرط أن يوضح لنا الصحفى الزاوية أو المنطلق الذى يكتب من خلاله ذلك الحدث . وبالإمكان تحقيق ذلك إذا ما ضمن الصحافى معلومات كهذه فى سرده للحدث أو القصة . ولعل هذا يبدو ضرورياً للغاية خاصة فى المسائل السياسية حيث يبدو من خلالها موقف الصحافى السياسى جلياً .

والآن حان الوقت لكى نتكلم عن نوعية القصص الثلاث التى سبق أن أشرنا إليها دون الإسهاب فى ذلك . ويمكن تقسيم هذه القصص كالتالى :

يمكن اعتبار القصة الأولى عرضاً (محضاً) للأخبار ، والقصة الثانية (أخباراً ملونة) ، أما القصة الثالثة فهى عبارة عن تحليل كتابى زاخر من الأخبار الملونة التى جاءت بأسلوب المتكلم وهى عكس المستوى العادى للأخبار ، والسؤال المطروح هنا هو : هل لدى القراء رغبة فى قبول تحليلات الألوان المختلفة من الأخبار ؟ ومن أجل التحقق من هذا ، أجريت تجربة على بعض طلبة مستوى الثانوية العامة فى إحدى الحلقات العلمية

الصيفية الخاصة بالصحافة ، وأسفرت النتائج على أن القصة رقم (٢) هى المحببة لديهم ، والقصة رقم (١) كانت مقبولة ، أما القصة رقم (٣) فقد اعتبروها شيئًا تافهًا [1] .

- والآن كيف ترى تحليل طلبة فصلك مقارنة مع طلبة الثانوية العامة فى منتصف السبعينيات ؟

- كيف كان تقييمك للقصص الثلاث مقارنة مع طلبة فصلك ؟

هناك جانب آخر من هذه التجربة ، هذا الجانب قد اختفى تمامًا أو بالأحرى وضع عليه قناع . فإذا ما تأملت فى هذا الموضوع جيداً فإنك ستجد أن اهتمامك خلال عملية مقارنتك للقصص الثلاث كان مرتكزًا حول اتخاذ المواقف أو الاتجاهات ، وبالتالى فقد أهمل جانب أسلوب الكتابة أو نسى بين طيات تلك التعميمات النمطية . فالصورة النمطية أو التعميمات النمطية (Sterotypes) قد سبق أن عرفها المفكر (وولتر ليبمان - Walter Lippman) فى إحدى كتاباته سنة ١٩٢١م ، المسماة بـ(الرأى الجماهرى - Public Opinion) بأنها الصور الموجودة فى مخيلتنا ، ويضيف ليبمان بأن أخبار وسائل الإعلام تزودنا بمرور الوقت بالمعلومات الإضافية ، أو بمعلومات حول (البيئة الخفية) ، أو الناس والأماكن والأحداث التى لا يمكن أن نعيشها بأنفسنا . ويضيف قائلاً بأننا غالبًا ما نعتمد على الإعلام ، أو على الأقارب أو الأصدقاء فى تلقى وتقصى الأخبار ، ونصبح بالتالى عبارة عن مكتبات مصغرة تحتوى على خزان لصور مختلفة تساعدنا بدورها على التفاعل مع أى نوع من الأخبار الجديدة الواردة .

وكمثال على ذلك فإننا إذا ما سمعنا كلمة (سوفياتى) فإن لدينا صورة عما تعنيه هذه الكلمة . وإذا طلبنا من كل طالب فى الفصل أن يكتب بشكل عفوى ست كلمات أو عبارات تعبر عن مفهوم (سوفياتى) . من الملاحظ إذن أن هناك احتمالات بأن يكون هناك تداخل بين اللوائح المنجزة فى الفصل وخاصة تلك المنجزة من طرف الطلبة الأجانب . والعامل الأساسى فى ذلك أن لدى هؤلاء الطلاب أرضية خصبة من التصورات حول (السوفيات) وهذه التصورات بدورها قد تختلف .

(1) Gerald Stone : "New Journalism Finishes Poor Third in Syracuse Study," *Journalism Educator*, 31, 1976, pp. (45-48).

والآن لننظر إلى الموقف التالى :

- إذا كنت قد صنفت القصص الثلاث على أن واحدة منها محبوبة ، والثانية معقولة ، والثالثة يجوز نشرها ، فما هى الأرضية التى استخدمتها لتحديد الكاتب الذى كتبها بالفعل من بين الكتاب التسعة الآخرين ؟

وماذا عن القصة التى لم تعجبك ؟ ما الأرضية التى استخدمتها فى تحديد كاتبها ؟ وبالتالى ، هل كانت تصوراتك للكتاب ، وللعناصر مذكر ومؤنث والجنسية والسن واللباس الدافع المؤثر فى تكوين رأيك الشخصى ؟ إذا لم تكن قد استخدمت تصوراتك الشخصية حول الناس بناء على نظرتك إلى القصص الثلاث فكيف قررت هوية الكتاب أو الكُتَّاب ؟

ولا أحد من الأشخاص الموجودين فى الصورة كتب قصة من القصص السابقة الذكر ، لذا كان من الممكن أن يطلب منك بكل بساطة اختيار أى الشخصيات يهودى ، أو كاثوليكى ، أو بروتستانتى (وقد جرت أبحاث وتجارب فى مجال مقارنة الصور بديانات الأشخاص ونظرة الناس إليهم) ، لكن المقصود أو الهدف من هذا الاختيار (أى الهدف من التجربة) قد يكون جليًا أو واضحًا جدًا ، ومن جهة أخرى قد تكون التجربة فاشلة إذا كان المقصود منها شيئًا خفيًا .

الوحدة (٩)
الانحياز والتعميمات النمطية الوصفية

مراجع مفيدة :

Fred Fedler, Mike Meeke, and Joe Hall : "Time Magazine Revisited : Presidential Stereotypes Persist." *Journalism Quarterly,* 56, 1979, pp. (59-353) .

John C., Merrill : "How Time Stereotyped Three U.S. Presidents," *Journalism Quarterly,* 42, 1965, pp. (70-563) .

فى سنوات قليلة مضت ، قام جون س . ميريل John C. Merril (وكان آنذاك فى جامعة ميسورى) بدراسة تابعة لمجلة (تايم) بين من خلالها أن ما يتفق كل واحد عليه تقريبًا هو أن الأسلوب الحى والخفيف للكتابة ، قد يخفى عنصر الانحياز السياسى ، وكان للمجلة طريقة خاصة فى نشر كلمات غير شخصية فى مناسبات عديدة تبنى أو تخلق فى الخفاء صورة سلبية تجاه موضوع معين ، أما الأبحاث الأخيرة فقد أظهرت بأن الانحياز ممكن الوجود . وهذا الباب من البحث مهم للغاية نظرًا لعدة اعتبارات . فهو أولاً وقبل كل شىء يعطينا فرصة لنقد طريقة بحث شعبى مشهور ، كما أنه ثانيًا يلفت نظرنا إلى التركيز على طبيعة الانحياز نفسه .

لقد اعتمد ميريل على تحليل المضمون بدلاً من الشكل ، فقد اختار (١٠) أعداد من مجلة (تايم) فى ظل حكم ثلاثة رؤساء ، أى خلال حقبة رئاسة ترومان ، والرئيسى إيزنهاور ، وكندى . (ومع الأسف فإنه لم يختر ثلاث حقب أخرى مقابلة لكل فترة رئاسة حتى تكون هناك مقارنة موضوعية) .

ركز ميريل فى دراسته لهذه الأعداد من المجلة على اللغة المستعملة لوصف تصرف كل من هؤلاء الرؤساء الثلاثة . وقد كان اهتمامه بالضبط هو معرفة وجود أو عدم وجود الكلمات المشحونة والانحيازية وكذلك تعابير السياق فى النص ، وقد حدد ميريل ستة أصناف للتحيز وهى كالتالى :

١ – التحيز المنسوب أو الإيعازى – Attribution Bias :

وينشأ من نسب مجلة أو جريدة ما الخبر أو المعلومات إليها ، وهذا النوع من

التحيز هو وليد عبارات ومرادفات مثل : (قيل إن ..) ، فإذا أشارت المجلة إلى أن الرئيس (قذف) بمعالجة أمر ما فذلك يختلف تماماً عن مفهوم (قيل إن ..) .

٢ - التحيز الوصفى - Adjective Bias :

وهو يضم الكلمات التى يمكن استخدامها لوصف شخص ما . مثلاً : الرئيس (الحازم) ، ذو ذاكرة (فذة) ، يستعمل صوتًا وأسلوبًا (مقنعًا) ، إلخ .

٣ - تحيز الحال - Adverbial Bias :

ويعتمد هذا النوع على مجموعة كلمات تحدد أو تعادل معنى كلمة أو مجموعة كلمات للتوصل إلى نقطة معينة . كأن تقول مثلاً : فلان (تشدق باستهزاء) فعبارة كهذه تبقى كرأى شخصى ، وبالتالى فهى راجعة إلى رأى كاتبها .

٤ - تحيز السياق - Contextual Bias :

وهذا النوع من التحيز هو خلاصة لكل ما فى القصة أو المقالة .

٥ - التحيز الصريح - Outright Bias :

وهذا يعبر عنه فى التصريحات المباشرة فى إطار المساندة أو المعارضة .

٦ - التحيز التصويرى - Photographic Bias :

وقد تكون لهذا النوع من التحيز انطباعات إيجابية أو سلبية حول الشخص من خلال مجموعة الصور الملتقطة له . مثلاً صورة لرئيس دولة وهو يعض على شفتيه أو يتعثر أو يسقط على الأرض ، فاختيار الصورة يلعب - دون شك - دوراً مهمًا فى تكوين الانطباع أو الرأى .

تمرين :

الآن وقد تسلحت بمعرفة كل أنواع التحيز هذه ، وبإمكاننا أن نكرر دراسة ميريل .

سيبين هذا التمرين بعض الصعوبات فى هذا البحث وربما حدة الانحياز كذلك ، لقد استخدم ميريل مجلة (تايم) فقط ، لكن بإمكان مدرسك أن ينظر فى استخدام مجلة أخرى كمجلة نيوزويك بجانب مجلة (تايم) .

استعمال المنهج التالى (معدلاً التعليمات كلما دعت الحاجة إلى ذلك) :

١ – على المدرس أو مساعده تنسيق مراحل التمرين .

٢ – على كل طالب أن يختص بعدد واحد من المجلة .

٣ – على نصف الفصل أن يشتغل على مجلة نيوزويك والنصف الآخر على مجلة (تايم) .

٤ – اختر أسبوعًا معينًا لبدء الاختبار ، استعمل ذلك لكل مجلة وخلال إدارة كل رئيس .

٥ – إن عدد المجلة المستعملة لهذا الغرض يجب أن يكون مبنيًا على عدد الطلبة فى الفصل ، والأفضل أن يكون عدد الطلبة كبيرًا نسبيًا .

٦ – عرف القصص التى سيقوم الطلبة بفحصها ، ضم إلى ذلك أى قصة يكون الهدف منها دراسة روبورتاج أو تحليل لسياسة الرئيس أو إدارته ، استعمل كذلك أعمدة الأخبار ولا تستخدم مقالات المراسلين .

٧ – تجاهل تحيز السياق لأنه قد يكون غامضًا كثيرًا وشخصيًا جدًا .

٨ – اسأل الطلبة (أعضاء الفصل) أن يفحصوا كل كلمة وصورة على ضوء عناصر ميريل ويسجلوا ملاحظاتهم حول وجود أى نوع من الانحياز .

٩ – حدد وقتًا معلومًا لجدولة كل المعلومات للفصل .

وعند الانتهاء من دراسة كل من ميريل وترومان وإيزنهاور وكنيدى سنشرع فى مراجعة ما يتعلق بالرئيس نيكسون وفورد وكارتر وكذلك ريجان .

التاريخ :

الرئيس ريجان ١٩٨٠ – ١٩٨٨م

الرئيس كارتر ١٩٧٦ – ١٩٨٠م

الرئيس فورد ١٩٧٤ – ١٩٧٦م

الرئيس نيكسون ١٩٦٨ – ١٩٧٤م

اقتراح :

عليك بدراسة كل أعداد المجلة من يوليو إلى ديسمبر ، وذلك خلال السنة الأولى لكل حقبة رئاسة . وبهذا تكون قد قمت بتغطية (شهر العسل) أو الفترة الذهبية لكل رئيس . وإذا لم تتمكن من دراسة كل أعداد المجلة ، فبإمكانك أن تختار البعض منها فقط . فمثلاً الطالب رقم (١) يدرس أول عدد من شهر يوليو ، والطالب رقم (٢) العدد الثالث وهكذا . اقرأ ورقّم كل القصص التى تركز على الأخبار المتعلقة بالإدارة .

والمعلومات المتحصل عليها يمكن عرضها كما هو موضح فى جدول (٩.١) . وبهذا الشكل سيتضح لنا إذا ما كانت المجلة قد تطرقت إلى كل رئيس بطريقة مماثلة أم أن تطرقها لكل واحد منهما مختلف عن الآخر . ولكن علينا أن نسجل الملاحظة التالية وهى أنه يجب علينا أن نأخذ بعين الاعتبار أنه ليس هناك أى دا ع لأن نتوقع تشابهاً بين كل الرؤساء ، فبعضهم ربما (أحسن) من الآخرين ، فإذا ما وصف رئيس بأنه (لاذ ع) أو (حاضن) أو (يجار) فهذا الوصف ليس بالضرورة وصفاً متحيزاً ، بل قد يكون حقيقياً . لذا نقترح أن تستخدم عددين أو أكثر من المجلة وبالتالى تقارن كل واحد بالآخر .

جدول (٩,١) كيفية عرض الانحياز المنسوب

	تايم TIME إيجابى	تايم TIME غير إيجابى	نيوزويك NEWSWEEK إيجابى	نيوزويك NEWSWEEK غير إيجابى
نيكسون	تكرار = ١٤ النسبة المئوية = ١٥٪	٧ ٧٪		
فورد	تكرار = ٣٢ النسبة المئوية = ٣٤٪	١٠ ١١٪		
كارتر	تكرار = ١٥ النسبة المئوية = ١٦٪	١٥ ١٦٪		
ريجان				

على كل الطلبة المشاركين فى هذا التمرين أن يستخدموا أرقام وعملية الجدولة نفسها (أى العملية المبسطة المطروحة أسفله) ولا بد أن تبين (١) اسم الناشر ، (٢) رقم العدد الذى أخذت منه المعلومات ، (٣) رقم الصفحة أو الصفحات التى أخذت منها المعلومات ، (٤) مثال التحيز ، (٥) الحكم على الكلمة أو الجملة بأنها إيجابية أو سلبية (إيجابية أو غير إيجابية) ، (٦) اسم أو الحروف الأولى من اسم الشخص الذى وضع الجدول أو الترقيم . كل هذه المعلومات سيكون لها بالغ الأهمية خلال المناقشة داخل الفصل ، كما تترتب عليها مصداقية تلك المعلومات . (المقصود بالمصداقية هنا هى عملية توليد معلومات أخرى من خلال النتائج المتحصل عليها) .

اقرأ كل كلمة من القصص المختارة (القصص الإخبارية السياسية التى تتطرق إلى الإدارة الرئاسية) . افحص كل نعت أو صفة من أجل التأكد من وجود أى انحياز ، ضع كل كلمة مشحونة بنوع من الانحياز إما فى صف الإيجابيات أو غير الإيجابيات ، وما نعنيه بمصطلح (مشحونة) كل كلمة تحتوى على معنى غير موضوعى .

طريقة الترقيم أو الجدولة :

اسم المجلة .... تاريخ .... صفحة ....

الرئيـــــس .... الرقم ....

الانحياز الإيعازى :

إيجابى		غير إيجابى	
١ –	٩ –	١ –	٩ –
٢ –	١٠ –	٢ –	١٠ –
٣ –	١١ –	٣ –	١١ –
٤ –	١٢ –	٤ –	١٢ –
٥ –	١٣ –	٥ –	١٣ –
٦ –	١٤ –	٦ –	١٤ –
٧ –	١٥ –	٧ –	١٥ –
٨ –	١٦ –	٨ –	١٦ –

الانحياز الوصفى :

إيجابى		غير إيجابى	
١ -	٩ -	١ -	٩ -
٢ -	١٠ -	٢ -	١٠ -
٣ -	١١ -	٣ -	١١ -
٤ -	١٢ -	٤ -	١٢ -
٥ -	١٣ -	٥ -	١٣ -
٦ -	١٤ -	٦ -	١٤ -
٧ -	١٥ -	٧ -	١٥ -
٨ -	١٦ -	٨ -	١٦ -

انجاز السياق :

إيجابى		غير إيجابى	
١ -	٩ -	١ -	٩ -
٢ -	١٠ -	٢ -	١٠ -
٣ -	١١ -	٣ -	١١ -
٤ -	١٢ -	٤ -	١٢ -
٥ -	١٣ -	٥ -	١٣ -
٦ -	١٤ -	٦ -	١٤ -
٧ -	١٥ -	٧ -	١٥ -
٨ -	١٦ -	٨ -	١٦ -

الانحياز الصريح :		الانحياز الصورى :	
إيجابى (a)	غير إيجابى (b)	إيجابى (c)	غير إيجابى
١ –	١ –	١ –	١ –
٢ –	٢ –	٢ –	٢ –
٣ –	٣ –	٣ –	٣ –
٤ –	٤ –	٤ –	٤ –
٥ –	٥ –	٥ –	٥ –
٦ –	٦ –	٦ –	٦ –
٧ –	٧ –	٧ –	٧ –
٨ –	٨ –	٨ –	٨ –
٩ –	٩ –	٩ –	٩ –

أمثلة :

a – الرئيس يلوح بيديه ، يبتسم .

b – الرئيس يتعثر فى الطريق ، تعوزه الرقة .

c – الرئيس وصف بأنه (يقوم بعمل شئ) ، إلخ .



الوحدة (١٠)
الفجوة أو الهوة المعرفية

مراجع مفيدة :

Cecille Gaziano : "The Knowledge Gap : An Analytical Review of Media Effect," *Communication Research,* 10, 1983, pp. (86-447).

Phillip J., Tichenor, Gorge A., Donhue, and Clarice N., Olien, : "Mass Media Flow and Differential Growth in knowledge," *Public Opinion Quarterly,* 34, 1970, pp. (70-159).

قبل أن تشرع فى قراءة محتوى الصفحات المقبلة ، أتمم القائمة أسفله :

١ – كم كان معدلك من الصف (٥ إلى ٩) الدراسى ؟ إذا لم تكن تتذكر ذلك ، اختر جوابًا يعبر عن أقرب تقدير .

١,٥ ٢,٠ ٢,٥ ٣,٠ ٣,٥ ٤,٠

٢ – خلال أيام الأسبوع ، كم من الوقت فى اليوم (أى المعدل) كنت تقضيه للقيام بالواجبات عندما كنت فى الصف (٥ إلى ٩) ؟ إذا لم تكن تتذكر على وجه التحديد ، ضع أحسن تقدير لذلك .

- أقل من (٣٠) دقيقة .
- (٣٠) دقيقة إلى ساعة واحدة .
- بين ساعة وساعتين .
- أكثر من ساعتين .

٣ – إلى أى حد استمتعت بالدراسة والمدرسة من الصف (٥ إلى ٩) ؟

كثيرًا جدًا /___ /___ /___ /___ /___ /___ / قليلاً جدًا

٤ – هل تعتقد أن العادات التى كنت تمارسها خلال دراستك بالصف (٥ إلى ٩) كان لها الأثر الكبير على نتائجك الدراسية منذ ذلك الحين ؟

نعم ____ لا ____ لست متيقنًا ____

٥ - كم كان معدلك التقريبى كطالب من الصف (١٠ إلى ١٢) ؟

١.٥ ٢.٠ ٢.٥ ٣.٠ ٣.٥ ٤.٠

٦ - كم كان معدلك التقريبى الإجمالى كطالب قبل الدراسات العليا ؟

١.٥ ٢.٠ ٢.٥ ٣.٠ ٣.٥ ٤.٠

٧ - من المستويات التالية ما هو المستوى الذى أكمله والدك ؟

- الثانوية .
- ٤ سنوات جامعية .
- بعض الدراسات الجامعية .
- على الأقل بعض الدراسات قبل العليا

٨ - هل كانت عائلتك تمتلك موسوعة فكرية عندما كنت فى المستوى الابتدائى ؟

نعم ـــــ لا ـــــ

٩ - إذا كان الجواب بنعم ، كم مرة كنت تستخدم تلك الموسوعة ؟

دائمًا / ___ / ___ / ___ / ___ / ___ / ___ / قليلاً ما .

١٠ - كم مرة كنت تستخدم المكتبة العمومية حينما كنت فى المستوى (٥ إلى ٩) ؟

إذا كنت قد ترعرعت فى بيت لا توجد فيه موسوعة علمية ، فربما أن ذلك دفعك إلى الشعور بالنقص خاصة عندما يطلب منك مدرسك كتابة تقرير ما كواجب يتطلب استخدام موسوعة . ولا شك أنك لاحظت أن البعض من رفقائك استطاعوا إنجاز ذلك فى البيت فى الوقت الذى كنت وبعض أصدقائك تترددون على المكتبة العمومية أو فى بيت أحد منكم .

إن فرضية الفجوة أو الهوة المعرفية تقترح - على سبيل المثال - أن الأفراد الذين أتيحت لهم الفرصة للاطلاع على موسوعة ما خلال دراستهم الابتدائية لابد أن يكونوا قد حصلوا على أفضلية معرفية متميزة ، أى إن الاطلاع السهل على الموسوعة أدى إلى الحصول على وفرة معرفية ومعلوماتية ، أو على الأقل التعرف على كيفية استخدام الكتب المرجعية .

ولنعد قليلاً إلى الاستفتاء الذى كنا قد أشرنا إليه فى بداية هذا الجزء ونلقى بذلك شيئًا من الضوء على فرضية ثغرة المعرفة . فإذا ما التفتنا إلى المستوى الخامس ، فهل تظن أن كل أفراد الفصل الذى كنت تدرس فيه كانوا كلهم متساوين فى المستوى الاجتماعى والاقتصادى ؟ . هل كان لدى كل الآباء نفس المستوى الثقافى ونفس التجارب والتخصص ؟ من البديهى إذاً أن يكون الجواب (لا) ، وهذا ضرورى جداً لأن تخصص ومهنة الوالدين قد يكون لهما الأثر الكبير فى بلورة وتطوير المحيط الثقافى للطالب . ولا شك أن التخصص والمهنة لهما علاقة بالدخل أو المردود المادى ، وهذا بالتالى له علاقة بتسهيل مأمورية المشتريات الثقافية كشراء الموسوعات الفكرية والعلمية ، إلخ . وهذا لا يعنى بالضرورة أن اقتناء موسوعة علمية لوحدها كافٍ لتطوير مستوى الطالب ، ولعلنا لا نعجب إذا ما رأينا عائلات كثيرة لديها موسوعات علمية وثقافية فخمة لكنها لا تمسها أبداً ، أو قد لا تكون لها أية رغبة فى المطالعة على الإطلاق بغض النظر عن الميول أو الاتجاه الفكرى .

تمرين :

قسم الفصل الذى أنت فيه إلى مجموعات بناءً على مستوى آبائهم الثقافى ، ولنقل بأن إتمام مستوى الثانوية العامة - لغرضنا هذا - هو (أقل مستوى أو تحصيل ثقافى) بالرغم من أننا نعترف أن من الناس من له مستوى تعليمى متواضع جداً لكنه ذو معرفة واسعة وقد تكون خارقة للعادة . وبهذا سنضطر إلى القول بأن من كان مستواه فيما فوق شهادة الثانوية العامة فهو ذو (تحصيل ثقافى عالٍ) . وإن شئت فبإمكانك أن تحسب الثانوية العامة مع شىء من الدراسة الجامعية (كحصيلة ثقافية ضعيفة) ، بينما الشهادة الجامعية ومع شىء من الدراسات العليا يمكن اعتبارهما (كحصيلة ثقافية عليا) .

إن افتراضنا هنا أن الثقافة أو الدراسة لهما علاقة وطيدة بمفهوم الملكية لموسوعة علمية أو ثقافية . ويمكننا توضيح الفكرة فى جدول مماثل (جدول ١ . ١٠) ، رغم أننا لا بد لنا من التركيز على أن الأرقام هى أرقام خيالية وللتوضيح فقط وهى غير حقيقية ،

وإن شاء المدرس والطلبة فبإمكانهم استخدام الأرقام الحقيقية من الأسئلة (٧ ، ٨) ، وكذلك الاستفتاء ، بإمكانهم عرضه وجمع تلك الأعداد فى جدول يعكس الاحتمالات المتوقعة . مستخدمين الجدول (١ . ١٠) كدليل لذلك .

جدول (١٠,١) مستوى الأب الثقافى وملكية الموسوعة

	يملك موسوعة	لا يملك موسوعة
الأب : تحصيل ثقافى ضعيف	٦	٢٤
الأب : تحصيل ثقافى عال	٢٠	١٠

فما هى يا ترى تجربتك الشخصية ؟ ما هو موقعك داخل هذا الجدول التوقعى ؟ إذا كانت عائلتك تملك موسوعة ، فهل كان والدك مثقفًا جداً ؟ وهل تعتقد أن العلاقة بين الثقافة أو الدراسة والمراجع وغيرها جد واقعية فى أغلب الحالات إذا لم نقل معظمها ؟ .

لننظر إلى علاقة أخرى ممكنة أى تلك التى توجد بين النقاط المتحصل عليها أثناء الدراسة ووجود مراجع ووسائل أخرى مساعدة .

لنبدأ أولاً بالتالى :

خذ معدل نقاطك فى الدراسة من خلال السؤال رقم (١ و٥ و٦) . والآن عد إلى الجدول (١ . ١٠) ، ضع معدلك فى نفس الخانة التى تمثل تجربتك الشخصية . (مثلاً : إذا كان والدك مثقفاً وعائلتك تملك موسوعة ، فأنت إذاً فى الخانة اليمنى فى أسفل الجدول ، ضع معدلك هناك كذلك) . وهناك احتمالات بأن للدرجات أو النقاط المتحصل عليها فى الدراسة علاقة بين مهنة الأب ووجود أو عدم وجود الوسائل المساعدة على التعلم .

وكما سبق أن أشرنا أعلاه فإن ملكية موسوعة ليست بالضرورة كافية لأن استعمالها من المفروض أن يكون لإثارة وبلورة مستوى المعرفة ، لذا فلترد فى توسعة الجدول (١ . ١٠) ليضم مقياساً يمكن استخدامه . فإذا ما رجعنا إلى السؤال رقم (٩) ،

إذا كنت قد وضعت علامة على الفراغين الموجودين على يسار آخر الجدول أو الميزان فيمكن تصنيفك كـ(مستخدم) ، أى مستخدم لموسوعة .

وإذا كنت قد وضعت علامة على أحد الفراغين على الجهة اليمنى بأعلى الجدول أو المقياس فيمكن تصنيفك كـ(غير مستخدم) . وتبقى الخانة الوسطى (غير متيقن) غير صالحة للاستعمال فى هذا الإطار . وفى الجدول (٢ . ١٠) ، سوف ندخل عدة معلومات أسطورية لشرح توقع الاتجاه الذى يمكن أن تأخذه المعلومات الحقيقية .

ومن أجل المقارنة فقط ، أين تتوقع وجودك فى الجدول ؟ هل تتوقع بأن مكانك فى الجدول سيكون متماشيًا مع النظرية التى ناقشناها ؟ هل تعتقد بأن معظم الناس يتبعون النموذج المقترح ؟ .

جدول (١٠,٢) المستوى التعليمى . ملكية مصادر المعرفة وإمكانية استخدامها

مستوى الأب التعليمى	الموسوعة المملوكة		ليست مملوكة
	مستخدمة	غير مستخدمة	
الثانوية العامة	٧	٧	١٦
الجامعة	١٨	٤	٥

إن نظرية ثغرة المعرفة عاجزة لحد الآن عن الكشف بالتحديد عن المستنتجات المنسوبة إلى إمكانية وجود وسائل التعلم بما فى ذلك وسائل الإعلام . مما يمكن التسليم به هو أن هذه الإمكانية لها التأثير الفعال على مستوى المعرفة خاصة إذا توجت هذه الإمكانية بالاستخدام الفعلى لتلك الوسائل .

وفيما يلى يخص وجود موسوعة فى بيتك لم يكن له أى تأثير على درجاتك ، لكن ربما قد تكون قد ساهمت فى تمتعك بالدراسة . {وكاختيار بسيط ، بإمكانك أن تدخل مجموع نقطك فيما يخص سؤال (٣) إلى جانب معدلك فى الجدول (١ . ١٠) . ومبدئيًا يمكن القول بأن هناك علاقة بين الدرجات المحصل عليها والمتعة فى الدراسة} .

خذ بعين الاعتبار عنصرين آخرين ، هما : استخدام المكتبة ، وكمية الوقت التى تصرفها فى حل الواجبات فى المنزل . حاول وضع مجموع درجاتك فى السؤال (٢ و١٠) فى جدول فى محل درجة أو متعة . هل الأرقام ثابتة إذاً ؟ .

النظرية قد تقترح إذن أن هناك علاقة إيجابية بين أربعة عناصر ، هى كالتالى : الدرجات ، المتعة ، الوقت المصروف فى تحليل الواجبات ، استخدام المكتبة . إن الغاية من هذه النظرية هى التركيز بشكل أقوى على فكرة (تقدير التربية) أكثر ما هو على عنصر واحد من هذه العناصر .

إذن لنرى الآن ما هى بعض الأشياء أو النقاط المعاكسة لهذه العلاقات التى اقترحناها ؟ أولاً وقبل كل شىء ، فالقسم أو الفصل الذى تقوم فيه بهذا التمرين قد لا يمثل بالضرورة جمهوراً أوسع . وحقيقة وجودك أنت ورفقائك فى الجامعة يفضى إلى قطع صف الدرجات وثقافة الأب ، وهكذا ، أى كل العناصر المهمة بالفعل .

ومن جهة أخرى ، فإن وجود موسوعة في البيت لا يمكن بالضرورة أن يكون مؤشراً على وجود تفوق فى الدراسة الثانوية ، لأنه من الممكن أن يكون الوالدان قد اتخذا قراراً بألا يقتنوا أى موسوعة . وقد يكونان قد اختارا أن يتعلم أبناؤهما على كيفية استخدام المكتبة ، وهذا بدون شك شىء جميل جداً .

وآخيراً يمكن القول بأن وجود المستويات العليا فى التعليم ، واستخدام المكتبة ، ووجود وقت كاف للقيام بالواجبات فى المنزل مع زيادة مستمرة فى استخدام المكتبة قد يكون لها أكثر من تفسير واحد . وليس بالضرورة التركيز على وجود مراجع فى البيت فقط . فالإنجاز أو التنفيذ يعتمد على التحريض ، ونماذج التصرف والإنجاز أو البيئة المحيطة بكل ذلك ، بالإضافة إلى القدرة الفطرية ، إلخ .

وعلى العموم ، فإن نظرية الفجوة أو الهوة المعرفية تقترح بأن مستويات المعرفة تختلف تبعاً لتوفر مصادرها ، بما فى ذلك وسائل الإعلام . لكن الواضح تماماً هو أن هناك عدة عناصر لا بد أن تؤخذ بعين الاعتبار ومنها الاعتبار التالى : إن جميع أنواع التقدم الحاصل فى عالم الاتصال والتقنية قد يكون لها بالغ الأثر فى زيادة الهوة

المعرفية ، لو أتيحت للقليل من الناس فرصة استخدام الوسائل المساعدة على التعلم . ومن جهة أخرى ستقل الفجوة أو الهوة إذا زاد استخدام تلك الوسائل . وقد يزداد شوقنا لهذا الموضوع كلما تراكمت المعلومات والدلائل من خلال البحوث فى هذا المدمار .

الوحدة (١١)
نظرية الثبات النسبى

مراجع مفيدة:

Maxwell E., McCombs: "Mass Media in the Marketplace," *Journalism Monographs* No., 24, August 1972.

تعتبر نظرية الثبات النسبى من نظريات الاتصال غير الواسعة النطاق ، إلا أنها من النظريات القليلة (إذا لم نقل إحدى أولى النظريات) التى تمحورت حول موضوع ظهور وسائل الاتصال الحديثة .

فى تطويرهم لهذه النظرية ، قام كل من (ماك كومبس وهوارد سكريبس – McCombs and Howard Scripps) بحملة بحث واسعة النطاق عن البيانات التسويقية ودراستها على المستوى الوطنى ، فى فترة تتراوح العقدين من الزمن أى (٢٠ سنة) . وكان مما توصل إليه العالمان وجود عدة مؤشرات توضح كيفية استخدام جمهور الإعلام لمختلف وسائل الاتصال الجماهيرية ، وكذلك تنبؤات حول موضوع كيف إن ولاءهم قد ينتج عنه تغيير مع اندماج وسائل الإعلام الحديثة فى عالم التسويق ، وإليكم بعض المؤشرات الشمولية لهذه النظرية :

١ – هناك نسبة مئوية ثابتة للناتج الوطنى الإجمالى (GNP) الذى سيخصص للاستخدام الإعلامى . فإذا قلنا مثلاً إن ٣٠٪ من الـ(GNP) سيكون مقروناً بتكاليف الاستخدام الإعلامى ، فعلينا ألا نتوقع تغييراً دراميًا للنسبة المئوية من سنة واحدة إلى أخرى .

٢ – وإذا ما كانت هناك نسبة مئوية ثابتة من الإنتاج الإجمالى الوطنى تذهب إلى الإعلام على مستوى وطنى ، فإن النسبة المئوية من ميزانية العائلة التى تذهب إلى الإعلام هى كذلك ثابتة . وإذا كانت هناك عائلة اعتادت على صرف ٥٪ من دخلها السنوى فى الإعلام (كأن تذهب مرة فى الأسبوع مثلاً لمشاهدة فيلم فى السينما ، أو تشترى جريدة تكون مشتركة فيها ، أو تغير جهاز التلفاز على رأس كل أربع سنوات ، أو لها اشتراك فى ثلاث مجلات على الأقل ، أو تشترى جهاز راديو

ونظام أشرطة استيريو ، إلخ) ، فإن النسبة المئوية من ميزانية تلك العائلة من المحتمل ألا تتغير بشكل درامى أو عنيف من سنة إلى أخرى .

٣ - ومع هذا كله ، وعلى الرغم من أن النسبة المئوية لكل من الدخل الإجمالى القومى و مصاريف العائلة المخصصة للإعلام تعتبر ثابتة ، فإن عدد الدولارات التى تصرف ليست كذلك (أى غير ثابتة) . وبما أن الدخل الإجمالى القومى يرتفع فى السنوات الخصبة ، فإن الـ٣٪ قد تعنى أن (٦٥) مليار دولار قد تصرف فى هذا المجال ، وهذا ينطبق كذلك على مصاريف العائلة فى الإعلام . وكلما ارتفع الراتب ودخل العائلة فالثلاثة بالمائة قد ترتفع كذلك من (١٠٠٠) دولار فى السنة إلى (١٥٠٠) دولار مخصصة للإعلام . وإذا ما حدث أى تعديل أو تقليص فى ميزانية مصاريف العائلة فإن المصاريف المتعلقة بالإعلام تخضع بدورها إلى انخفاض جزئى .

لذا فرغم أن النسبة المئوية المصروفة تبدو ثابتة ، فإن مبلغ الدولارات يبقى نسبيًا . إذ إن عدد الدولارات المصروفة سيتقلب بناءً على كمية الدولارات الممكن صرفها فى المجالين الاجتماعى والشخصى .

٤ - بما أن النسبة المئوية المصروفة فى الإعلام ثابتة ، وإذا ما دخل نوع جديد من وسائل الإعلام عالم الأسواق فإن ذلك ينتهى بذهاب الدولارات نحو كل أساليب الإعلام الموجودة والموزعة بشكل دقيق يسمح الاحتفاظ ببعض المبالغ لذلك النوع الجديد من وسائل الاتصال الحديثة . وعندما يدخل نوع جديد من وسائل الإعلام عالم الأسواق ، فإنه لا يستمد نسبة مئوية كبيرة من الدولارات الموجهة للإعلام . بعكس ذلك فإن مدفوعات الإعلام الموجودة على الساحة قليلاً ما تقسم إلى جزيئات أخرى .

ويمكننا القول بأن الطفل الجديد على رأس العائلة سوف يربح مكانته على حساب كل الآخرين . وهذه المقارنة لاتشبه بالضرورة الصبى الذى ولد لعائلة ما ، لأن ذلك فى هذه الحالة يعنى ارتفاعًا فى ميزانية العائلة لأنه بحاجة إلى طعام حيث يأخذ نسبة أعلى من الميزانية المخصصة لكافة العائلة ، وكل فرد منها

محتاج للأكل ، ويمكن مقارنة ذلك بميزانية العائلة التى تصرف فى اللباس ، وعندما يكون المولود الجديد فى حاجة إلى طبيب فهناك احتمال كبير بأن أحد إخوته سينتظر طويلاً للحصول على حذاء جديد .

٥ - يمكن التوقع أو التنبؤ بأن ظهور وسائل الإعلام الجديدة يؤدى إلى انقسام كل الموارد المخصصة إلى وسائل الإعلام الموجودة على الساحة ، لكن الوسائل الجديدة قد يكون لها التأثير القوى على الوسائل المتواجدة والتى كثيراً ما تكون عناصرها متشابهة . لذا ، فإن وسيلة إذاعية جديدة من المرجح أن تجذب عدداً أكبر من الجمهور ، وكذلك طاقات وسائل الإعلام الموجودة على الساحة أكثر من أى وسيلة إعلامية مطبوعة ، كما أن الوسيلة إذا ما تضاعفت ميزانيتها أو طورت عن طريق الوسيلة الجديدة ، فإنها لاشك ستعانى أكثر .

ماذا حدث عندما أصبحت التلفزة الوسيلة الترفيهية الأكثر سيطرة ؟ إن عدد المترددين على دور السينما قد انخفض ، وكذلك فإن التلفزة ماهى إلا عبارة عن صور متحركة مع الصوت ، وهى بذلك تشبه السينما إلى حد ما إلا أنها تتميز بإمكانية مشاهدتها فى البيت و بشكل يومى إن شئت ذلك .

إن نظرية الثبات النسبى تدعى أن التلفزة قد يكون لها بالغ التأثير على جماهير السينما والإذاعة (أى وسائل الإعلام الإلكترونية) مع تأثيرها بالدرجة الأولى وبأكثر فعالية على السينما .

٦ - ما دامت وسائل الإعلام تتكاثر ، فإن الاعتمادات المادية الخاصة بالوسائل المبتكرة ، قد لا تشكل الحاجز الأكثر فعالية للتحديد من تكاثرها ، وبالتالى فقد لا تكون تلك هى الإشكالية الوحيدة الواجب علينا دراستها .

فالوقت قد يحد ويقيد الأساليب الجديدة فى الإعلام أكثر مما تفعله الاعتمادات المالية . والفكرة البارزة هنا هى أن استخدام الناس للإعلام هو قبل كل شىء نطاق واسع ، لذا فليس هناك مجال لتخصيص ساعات زائدة على ذلك لاستخدام الإعلام .

إن معظم الدراسات التى تدور حول كيفية قضاء الوقت لدى الناس تدل على أن الساعات التى يقضيها الناس هى فى العمل أو فى النوم من حيث العدد .

فإذا أخذنا - على سبيل المثال - ساعات أسبوع بأكمله ، فإننا نلاحظ أن الإعلام يستحوذ على أكبر عدد من الساعات التى يقضيها الأمريكيون فى مجال الترفيه ، وإذا كان معدل الإنسان العادى فى اليوم هو (٥ إلى ٦) ساعات فى استخدام الإعلام (البعض يقضى ٣ ساعات أمام التلفزة ، ساعة واحدة مع الراديو ، وأكثر من نصف ساعة مع الجرائد ، وبعض الوقت مع المجلات والكتب ، وفى بعض الأحيان مع الأفلام ، ودون أن نحسب الوقت الذى يقضيه مع الهاتف) . فإنه يتحتم علينا أن نتوقع أن الوقت المتاح سيكون عنصراً أساسياً بالنسبة لأى وسيلة إعلامية جديدة أو مبتكرة والبحث عن إثبات مكانتها فى السوق .

إن الوقت ، عكس المال ، هو بضاعة جد محدودة ، فعدد الساعات فى اليوم (٢٤) ساعة ، وإذا كان الإنسان البالغ يقضى ثمانى ساعات فى النوم ، وثمانى ساعات فى العمل ، وساعة فى النقل ، وساعتين أو أكثر فى الأكل فإن ذلك لا يبقى سوى حوالى (٥) ساعات فقط تقضى مسبقًا مع الإعلام . وبما أن إضافة أى ساعة إلى اليوم لتمديده مستحيلة ، فإن إضافة وسيلة إعلامية جديدة تعنى أن الجماهير ستجبر إلى حد كبير على التخفيض أو الانقطاع عن واحدة أو أكثر من وسائل الإعلام الموجودة . وبدلاً من المشاركة فى الاعتمادات المالية الموجودة ، فإن النظرية تقترح بأن القيود التى يفرضها الوقت ستدخل الإعلام بقوة فى صراع من أجل البقاء .

تمرين :

جزء (أ) :

هذا التمرين يقضى باستعمال وصايا نظرية الثبات النسبى لاستكشاف ما يحصل ويبقى مستمراً عندما تغزو التلفزة الكابلية وتسيطر على عالم الإعلام فى السوق الأمريكى . استخدم المعلومات حول الثبات النسبى للإجابة عن الأسئلة التالية حول التلفزة الكابلية :

١ – من خلال اللائحة التالية لوسائل الإعلام الحالية ، حدد أيها بشكل مناوئ أكثر تأثيراً بحلول التلفزة الكابلية . سجل الثلاثة الأنواع للإعلام التى تعتقد أنها أكثر تأثراً بالكابل وضعها تحت اختيار (أ) لكونها واحدة من الأكثر تأثراً، وبعد ذلك اشرح باختصار لماذا قمت بتلك الاختيارات :

– المجلات	– الراديو	– الاسطوانات
– التلفزة	– الأفلام	– الكتب
– الجرائد	– الهاتف	– الحاسب الآلى فى البيت

(أ) ....

....

....

....

(ب) ....

....

....

....

٢ – واحد من تأثيرات الكبل البارزة الانتشار التى سبق أن رمز إليها ، بل وسبق تدوينها فى أوائل الثمانينيات . ولاعجب أن تكون خاصية التلفزة هى السيطرة والتأثير على الأوساط الإعلامية قبل ابتكار الكيبل ، أى نظام الشبكة الكابلية . استخدم نظرية الثبات النسبى لشرح كيف أن الكيبل أثر على شبكة التلفزة .

....

....

....

٣ – رسوم التلفزة الكابلية قد تكلف بين (١٠) دولارات إلى (٥٠) دولاراً فى الشهر اعتماداً على الموقع الذى تعيش فيه العائلة ونوعية البرامج المشاركة فيها ، عندما

تقتنى العائلات الكيبل ، فإنهم يلزمون أنفسهم بدفع من (١٢٠) دولاراً إلى (٦٠٠٠) دولار إضافية فى السنة لتكاليف نوع جديد من الإعلام ، استعمل نظرية الثبات النسبى ، بين كيف أن اقتناء عائلة ما لوسائل الإعلام قد يتغير عندما يدخل الكيبل البيت (بما فى ذلك تكاليفه) ؟

....

....

....

٤ - ماذا تقوم به وسائل الإعلام الحالية من مجهودات من أجل تقوية حظوظها فى البقاء وكذلك النمو الممكن فى خضم انتشار التلفزة الكابلية ؟ ادرس باختصار كلاً من أنوا ع الإعلام التالية :

أ - المجلات : ....

ب - الاسطوانات : ....

جـ - الأفلام : ....

د - الجرائد : ....

جزء : (ب)

كتمرين إضافى غير وسيلة الإعلام الجديدة أى التلفزة الكابلية إلى الحاسب الآلى فى البيت أو إلى عناصر أخرى مناسبة . الحاسب الآلى فى البيت قد يكون هو أول وسيلة إعلامية لا تنطبق عليها نظرية الثبات النسبى ، لأن المستقبل القريب للحاسب الآلى فى البيت من المحتمل أن يضم تطبيقات غير تقليدية . فمثلاً ، الحاسب الآلى يمكنه القيام بمعظم المعاملات البنكية الروتينية للعائلة ، فبدلاً من أن تقضى العائلة وقتاً فى روتينية كتابة الشيكات البنكية لتسديد الديون أو الفواتير مثلاً ، ثم كتابة العنوان على الظرف ، ثم أخذ الرسائل إلى صندوق البريد ، ثم محاولة القيام بمعادلات حسابية من أجل معرفة ما تبقى فى الحساب البنكى ، كل هذه العمليات يمكن القيام بها بواسطة الحاسب الآلى من البيت مباشرة .

فما هى إذن مؤشرات وسيلة إعلامية تجاوزت الغاية منها مفهوم الترفيه أو الحصول على معلومات ؟ ما هى إذن بعض التطبيقات الغير تقليدية بخلاف المعاملات البنكية التى يمكن اقترانها بالاستخدام المسيطر للحاسب الآلى فى البيت ؟ أى نوع من وسائل الإعلام الحالية سيكون بشكل مناوئ الأكثر تأثراً ؟

اختيار :

على ضوء حرية التصرف من المدرس ، اكتب موضوعًا حول تأثير الحاسب الآلى على سوق وسائل الإعلام .

الوحدة (١٢)
ماهية الاتجاهات (المواقف) وطرق تغيير ها

مراجع مفيدة:

Daniel Katz : "The Functional Approach to the Study of Attitudes." *Public Opinion Quarterly*, 24, 1960, pp. (163-204) .

قد تعتبر الاتجاهات (المواقف) من أكثر المفاهيم دراسة فى مجال البحث الاجتماعى . ولاشك أننا سنصاب بالذهل والاندهاش إذا ما قمنا ببحث بسيط عن مجموع ما كتب عن هذا الموضوع وبإدخالنا فقط الكلمة الرئيسية فى الحاسب الآلى ألا وهى (الاتجاهات) ، للبحث عن ذلك فقد نجد أن هناك الآلاف من المقالات التى كتبت فى هذا المجال . والاتجاهات هى بكل وضوح قوة دافعة فى التصرف البشرى ، وهى التى تقوم فى معظم الأحيان بتحديد الأولوية فيما إذا كنا نقبل أو نرفض أو نعتقد ، أما فروع البحث فى مجال الاتجاهات فتظل متشعبة ولا يمكن حصرها فى هذا البحث ، وسوف نتطرق فقط إلى عنصرين مهمين هما :

١ - طبيعة الاتجاهات .

٢ - طبيعة تغيير الاتجاهات .

الاتجاهات / المواقف :

عرف مفهوم الموقف (كنظام ثابت لسلبيات وإيجابيات التقييمات ، والإحساسات العاطفية ، والميول إلى الحركة ضد أو مع شىء ما مع مراعاة الناحية الاجتماعية له) . [١]

فكر مليًا فى كل كلمة بهذا التعريف ، فالمواقف ثابتة وليست سريعة الزوال ، وهى صامدة فى وجه التغيير ، والاتجاهات نظامية وهى نوع من التركيب المنطقى [٢] ، فالمواقف عبارة عن تعبير عن أفكار متراكمة ، واعتقادات ، وتجارب . وبإمكان الواحد

(1) D., Krech, R.S., Crutchfield , and E. L., Ballachey : *Individual in Society a Textbook of Social Psychology* (New York : McGraw - Hill , 1962).

منا أن يتصور المواقف على شكل عمارة شاهقة بينما بنيتها خليط من الحقائق والأحاسيس ، ولهذا فمن المفترض أن معرفتنا بالمكونات تجعلنا نستطيع أن نتنبأ بالاتجاهات .

الاتجاهات تحتوى على تقييمات يطلق عليها علماء النفس المشاعر ، والتقييمات هى عبارة عن تواصل يجرى من الإيجابى إلى السلبى . وبكل بساطة ، يمكن القول بأن المواقف تحتوى على ربط وعدم ربط ، والاقتراب والتجنب أو التفادى ، وكذلك الجزاء والتقوية ، فالمواقف عبارة عن مجموعة أحاسيس لها خصوصيات وإشارات للتصرف . ولايمكننا الجزم هنا بأن المواقف هى السبب فى وجود أى تصرف لأنه فى بعض الأحيان (أو ربما فى معظم الأحيان) يكون الميول الموقفى منقاداً لبعض العوامل الأخرى . مثلاً ، قد تعارض (أى تتخذ موقفًا سلبيًا لشىء ما فى الفصل) ، لكن اهتمامك بموافقة رفقائك قد يجعل ذلك مستحيلاً بالنسبة لك للتلفظ به . وهكذا ، إذا نحن استطعنا أن نتنبأ بتصرفك بناءً على مواقفك ، وقد نكون قد أخطأنا [٣] . فهنالك أمثلة عديدة فيما كتب فى هذا الموضوع تظهر أن المواقف كمقياس أو قيمة فى البحوث كانت غير متفقة أو منسجمة مع السلوك اللاحق .

وفى الواقع ، فإن مقياس المواقف تصاحبه مشاكل جمة . وكثيراً ما تكون أفكار الشخص حول موضوع ما غير منتظمة ، لذا يكون لفظ الأحاسيس ضعيفًا . ولذلك مرة أخرى ، فإن الشخص من الممكن أن تكون له أفكار خارجة عن الموضوع ، لكن قد يكون غير راغب فى أن يبدى أى رأى صريح وواضح . وللإحاطة بهذه المشكلة ، فإن الباحثين يعتمدون دائمًا على الفهرس بدلاً من الاعتماد على سؤال وحيد حول الموقف . والفهرس فى هذا المضمار يعنى مجموعة من المقاييس . فبدلاً من طرح سؤال واحد ، مثلاً ، بالإمكان طرح سؤال كهذا (ما هو موقفك اتجاه كذا و كذا ؟) بإمكاننا طرح عدة أسئلة مختلفة لكن تكون ذات علاقة وارتباط ، وفى داخل هذا الفهرس فالاتجاهات أو المواقف يشار إليها بمجموع الأجوبة لمجموعة من المقاييس (أو ربما متوسط تلك الأجوبة) .

(2-3) E.E., Jones and H.B., Gerald : *Foundations of Social Psychology,* (New Katz. "Functional Approach," pp. (76-163) .

تغيير المواقف أو الاتجاهات :

إذا كانت الاتجاهات يمكن اكتسابها وتعلمها (أى : تراكم الأفكار والتجارب) وإذا كانت فى غالب الأحيان تصمد فى وجه التغيير ، فما هو دور القائم بالاتصال إذًا ؟ وهل هناك سبيل لتغيير موقف ما إذا ما سبق أن قررت ؟ وهل الإقناع قليلاً ما يقوى عزم المستمع وميله المسبق ؟ ولنفترض أنك كنت مسئولاً عن إقناع مجموعة كبيرة من الناس كانت لهم عادات مبغضة لكنها أصبحت اليوم مقبولة فى مجتمعهم ، فكيف ستتناول وتستدرج هذا الموضوع ؟ رغم أننا سوف لا نحاول أن نراجع كل ما كتب فى هذا الموضوع ، فإنه بإمكاننا القول بأن هناك نموذجين للإقناع لهما عناصر من الواجب تفحصها .

نموذج ماك كاير حدّد خمس خطوات لابد من اتباعها اذا ما وجد الإقناع (٤) ، وهذه الخطوات هى كالآتى :

١- يجب كسب انتباه المستمع ، فالذين يعملون فى ميدان الإعلان يتقنون ذلك جيداً وهم كذلك على دراية بتقنيات كسب الانتباه .

٢- إذا أردت أن يكون اتصالك فعالاً ، فلابد أن يكون مفهومًا . وقد يكون اتصالك هزيلاً رغم رونقة عرضه وبذلك يفقد تأثيره .

٣- يجب على المستمع أن يتوقف عند الفكرة المعروضة ، أى أن المستمع إذا رفض رسالتك لكونها إما رسالة عقيمة أو غير حقيقية ، أو لأى سبب آخر، فمعنى ذلك أنك قد خسرت المعركة ، وعلى المستمع التوقف إذا ما كانت هناك محاولة للإقناع .

٤- على المستمع أن يكون قادراً على الاحتفاظ بمعلوماتك بالقدر الكافى ثم الرجوع إلى ذلك متى ما شاء ، وإذا ما كان انتباه المستمع ضئيلاً ولم يستطع الاحتفاظ برسالتك ، فإن الإقناع قد يضيع .

٥- إن مقياس نجاحك يكمن فيما إذا كان المستمع محفزًا للاستجابة أم لا . لكن ماك كاير يقول إن هذه العناصر وحدها لم تكن كافية لتحقيق عملية إقناع ناجحة : لكن

---

(4) W. McGuire : "The Nature of Attitude Change," in G. Lindzey and E. Aronson, eds., *The handbook of Social Psychology* , 2 ed., Vol. 3, (Reading .Mass . : Addison-Wesley, 1969), pp. (136-314)

بالأحرى ، فإن الإقناع يعتمد إلى حد بعيد على مصدر الرسالة ، وعلى الخبر أو الرسالة نفسها ، وتسلسل الرسالة ، وعلى عوامل مستقبل الرسالة :

أ - تأمل فى مصدر الرسالة (أو الاتصال) فالملح قد يثير انتباه المستمع نظراً لعدة اعتبارات ، مثل : الانحياز ، والخصائص الشخصية ، والازعاج الدلالى إلى أخره . والانتباه ضرورى لكنه يبقى غير كاف .

ب- أعد النظر فى الرسالة ، فقد تتجاوب مع إحدى الخطوات المتعلقة بالإقناع . فمثلاً الرسالة التى تحظى بانتباه المستمع قد تكون مفهومة لكنها معقدة وصعبة التذكر فى خضم تفاصيل كافية لأى إجراء أو رد فعل .

جـ- تأمل الوسيلة أو تسلسل الرسالة، فالإقناع قد يعتمد على الكيفية التى أرسل بها الخبر أو الرسالة . ومنشور أو كراسة صغيرة قد تكون لها تأثيرات فى بعض الحالات ، بينما يكون الفيلم أكبر تأثيراً فى حالات أخرى .

د - تأمل فى خصائص المستقبل ، الثقافة والتجربة وكذلك الشخصية كل هذه الأشياء لها دور فى نجاح عملية الاتصال . لقد اقترح (فيشبين – Fishbein وأجزين – Ajzen) طريقة مباشرة جداً [٥] تقر أن الاتجاهات ما هى إلا وظيفة تتعلق باعتقادات الفرد (أى إدراكه) نحو موضوع الموقف .

والموقف يخلق بدوره سلوكًا مقصوداً (Behavioural Intentions) نحو موضوع ما ، وإذا لم يكن هناك إحباط عن طريق أى عنصر آخر ، فقد يؤدى ذلك إلى تصرف صريح نحو ذلك الموضوع . وكمثال ، إذا أردت تغيير موقف شخص ما تجاه شىء ما ، فيجب عليك أولاً وقبل كل شىء تغيير معتقدات ذلك الشخص نحو ذلك الموضوع .

وبهذا يكون الأمر واضحاً تماماً ، فهدف الاتصال الإقناعى يكمن فى تغيير إدراك ومعتقدات الفرد نحو (أى شىء ما) . لكن كيف يمكن تحقيق ذلك ؟ فالحدس هنا ينفع كثيراً ، ولكن ربما يجب على المتحدث أن يأخذه بعين الاعتبار ، وأن يتناول العناصر المتعلقة بمصدر الجمهور المخاطب التى سبق ذكرها أعلاه .

(5) M.. Fishbein and I.. Ajzen : *Belief, Attitude , Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research,* (Reading. Mass.: Addison-Wesley.1975)

وعلى الطلبة أن يكونوا على علم تام بأن حديثنا المختصر هنا ما هو إلا حديث عن قشور هذا الموضوع من البحث . فهناك معلومات كثيرة حول مصادر الاتصال كالمصداقية ، وعبقرية الشعب ، وأساس الخبر ، والإعلام ، والتعلم ، والتغذية ، والتمرين ، وموقف الجمهور ، ومستوى الانفعال ، إلى آخره . وتبقى دراسة الموقف إلى يومنا هذا موضع بحث خصب ومثير للغاية .

تمرين :

جزء (أ) :

سوف تقوم هنا بتحليل موقف معين ، وقبل كل شىء عين (موضوعًا ما) . وهذا الموضوع يجب أن يكون لك تجاهه موقف خاص . ومن الممكن أن يكون ذلك الموضوع شخصًا (كرجل سياسى مثلاً) أو موضوعًا آخر كموضوع (تمثال الحرية مثلاً) . وكتنشيط فقط (أو إحماء إن صح التعبير) لنفترض الآن أنك قد اخترت (الدراسة الجامعية) كشىء ذى موقف بالنسبة لك ، وقد تكون لديك أحاسيس إيجابية حيال الدراسة الجامعية . وبطبيعة الحال ليس بالضرورة أن يشاطرك كل الناس نفس الرأى ، أو يكون لهم بالأحرى الإحساس نفسه ، فبعض الناس يعتقد أن الدراسة غير مرغوبة . وإذا كان هناك شخصان يختلفان فى التفكير حول موضوع واحد ، فالسؤال إذًا هو ، كيف تمكن كل واحد منهما من الحصول على تلك المشاعر والأحاسيس المنفردة ؟ ما هى إذن أنواع الأفكار ، والتجارب ، والمعرفة التى قادتك إلى الإقرار بأن للتربية الجامعية تأثيرات إيجابية ؟ . إذًا يمكن القول مسبقًا إن الموقف هو عبارة عن تركيب عقائدى ومعرفى لذلك الفرد حول موضوع ما .

والقائمة التى تلى ذلك تحتوى على الرأى المؤيد والمعارض ، أشر إلى القول أو التصريح الذى تتفق معه على العموم ، ثم قم بهذه المهمة فى الآونة نفسها .

قائمة بالرأى المؤيد والمعارض للدراسة الجامعية

الرأى المؤيد :

- يرتفع المستوى المادى عند ارتفاع المستوى الثقافى .
- الأشخاص المثقفون يحسون بتحكمهم أكثر فى حياتهم .
- الدراسة تقود إلى التخصص والخبرة كهدف .
- كلما زادت ثقافتك زاد احترام الناس لك .
- التعلم هو أسمى الأهداف فى الحياة .
- المثقفون هم أحسن أفراد المجتمع .
- الدراسة تقود الفرد إلى تقديره لأرق و أشف الأشياء التى تمنحها الحياة .
- الدراسة تقود إلى احترام أكثر للذات .
- الدراسة تفتح أبوابًا قد تغلقها أشياء أخرى .
- كل واحد منا ، يطمح إلى زيادة فى الثقافة بشعور منه أو بدون شعور .

الرأى المعارض :

- الدراسة الجامعية لاتضمن الحصول على عمل .
- الرواتب كمبتدئ فى السنة الأولى لا تضمن تغطية الوقت ومصاريف الدراسة فى الجامعة .
- عندما يقال كل شىء ويفعل كل شىء ، فما يتبقى إلا القليل لكى نتعلمه فى الجامعة .
- إذا كان الأساتذة يعرفون الكثير ، فلماذا هم ليسوا بأغنياء ؟
- أولئك الذين يقدرون فهم يفعلون ، وأولئك الذين لايقدرون فهم يدرسون .
- ليس هناك أى شىء بإمكانه تعويض المنطق الجيد .

- أقل ما تحصل عليه في الجامعة يعني ضياع الوقت .
- هناك عدد كبير من الناس في الجامعة اليوم . ومن المفروض ألا يكونوا فيها أبداً .
- قد يكون الواحد منا في وضعية أحسن إذا كان يقضي ساعتين في اليوم فقط في المكتبة بدلاً من أن يقضي يومه في الجامعة .
- هناك علاقة ضئيلة بين نجاح الفرد في الجامعة ونجاحه في الحياة .

اجمع عدد التصريحات التي وافقت عليها إيجابيا ثم اجمع عدد التصريحات التي وافقت عليها وهي سلبية ، ثم اطرح العدد السلبي من الإيجابي واعتبر الحاصل مقياساً لحدة موقفك تجاه الدراسة الجامعية . (ملاحظة : وجود موقف سلبي ممكن) .

والميزان هنا أو السلم هو إشارة إلى الاعتقادات التي تقود إلى موقف ما . لدينا إذن اتجاه الموقف ثم حدته أو قوته . لكننا لحد الآن لا نعرف إلى أي مدى سيؤثر الموقف على التصرف البشري ؟ فنحن لا نعرف نوايا تصرفاتك . كان بإمكاننا أن نسألك إذا ما كنت تحس بشكل قوي أن التحصيل الأكاديمي شيء مرغوب فيه . وهل تنوي إتمام دراستك ؟ وقد تجيب بـ(نعم) . فإذا كان موقفك قوياً بما فيه الكفاية . فإنك ربما ستتم دراستك كما أشرت ، لكن إذا كان موقفك ضعيفاً وغير متيقن منه . فسيكون هناك إذن . بالمقابل تقهقر في التصديق بأنك ستتم دراستك .

وهكذا نرى خط ومسار التفكير . والآن اختر شيئا آخر ذا موقف وقم بالتجربة بنفسك ، سجل كل أفكارك وقراراتك وأنت تقوم بهذا التمرين ، وفي فقرة صغيرة تكتبها أسفله تخص كل شعورك فيما كنت قد قمت فعلاً أو لم تقم (بتحليل) موقف :

....

....

....

جزء (ب) :

افترض أنك خبير فى شركة للاتصالات وقال لك مديرك : يا فلان ، إننا بحاجة إلى حملة إعلامية تقنع الجماهير بأن شركتنا هذه تضع استفادة الجمهور قبل الربح . أنا واثق من أنك قادر على أن تفعل ذلك .

الآن وقد تسلحت بهذه المناقشة والتمرين، ضع سيناريو الاتصال الذى قد يساعد فى اختصار عملك مع كسب قلوب الجماهير، لا تحاول كتابة مقالة طويلة، بل فقرة جيدة كافية لذلك الغرض .

الجزء الثانى

نظريات و فرضيات مختارة



الوحدة (١٣)
نهضة وانحطاط نظريات الاتصال

مراجع مفيدة :

Elizabeth Noelle-Neumann : "Return to the Concept of Powerful Mass Media." In H., Eguchi and K., Sorta, eds., *Studies of Broadcasting: An International Annual of-Broadcasting Science*, Tokyo : Nippoa Hoso Kyokai, 1973, pp. (67-112).

رغم الإحساس الشعبى لدى فئة من الناس يقولون بأن : الفكرة تبدو جميلة نظرياً، لكن ماذا عن الواقع التطبيقى ؟ تبقى النظرية غير الكلمات القليلة المعهودة لشرح ذلك ، فلا بد من تقييم ومتابعة أى نظرية ، والنظرية هى الأشياء التى ينبنى عليها اليقين ، وهى تسمح لنا كذلك بأن نستشف العلاقات الموجودة بين المتغيرات .

فمثلا ، قد نستشف بأنه إذا ما وجد (A و B) ، فمن البديهى أن يتلوها (C) وإذا كانت نظرياتنا تعتمد على أدلة قوية ، فمعرفتنا للعلاقات بين المتغيرات قد تطور بدورها جودة السلوك الاتصالى .

إن الطلبة المبتدئين فى ميدان الاتصال غالبًا ما يكون لديهم غضب عارم لعدم وجود نظريات صلبة فى ميدانهم وكذلك نهوض وانحطاط النظريات المتفشى فى المجتمعات ، وبالتالى يمكننا تقدير الشك فيها . كيف يعقل إذًا بأن الفكرة التى باتت البارحة موثوق بها ، والتى بسببها اتخذت قرارات ، تصبح اليوم شيئًا مخزيًا ؟ [١] وما كتب فى هذا المجال يظهر عدة اقتراحات نظرية خادعة تلك التى رضخت للبحث بكل حماس ، لكن سرعان ما اندثرت على وجه الطبيعة .

لاشك إذًا أنه عبر مرحلة طويلة من التاريخ كان من المعتقد أن الإعلام لديه قوة وقدرة فى بلورة تشويق وتحفيز الناس والتأثير عليهم . وعرف آخر الباحثين اليوم هذا الاعتقاد الشائع بـ(نظرية الرصاصة) والعبارة هذه دلت على أن رسائل الإعلام وأخباره راحت مباشرة من الوسيط إلى المستقبل بسرعة الرصاصة ، وهكذا فقد كانت

(1) A Similar Point was Suggested by Alexis Tan in : *Mass Communication Theories and Research* (Columbus, Ohio: Grid, 1981), p.5.

هناك دلائل تدعم نظرية الرصاصة ، فنجاح الإشاعات التى رافقت الحرب العالمية الأولى - مثلاً - كانت جديدة على فكر المستهلكين بين سنة (١٩٢٠م) و(١٩٣٠م) .

لكن سنوات الأربعينات (أى ١٩٤٠م و ما بعدها) شهدت بحثًا طغى على الساحة ودراسات (لزاردفيل أوهايو ، نيويورك ، ونيوجيرزى) وذهبت فى اقتراحها بأن الإعلام ما هو إلا قوة غير مباشرة ، أما الاتصال الحقيقى فيكمن فى وجود (أصحاب الرأى القيادى) . وهكذا وضعت نظرية الرصاصة على جنب ولاحت فى الأفق بداية حقبة (بحوث التأثيرات المحدودة) .

أما فى الفترة ما بين ١٩٤٠م إلى منتصف الستينيات ، فقد اكتسحتها نظرية التأثيرات المحدودة ، لكن مع مرور الأيام أصبح واضحًا أن موضوع قادة الرأى بات غير صالح للاستعمال إذ كثر عدد القياديين ، بل أوشك الحال أن يكون كل فرد ذا رأى قيادى لشخص آخر ، لكن هذه القضية اندثرت وحطمت نفسها بنفسها فيما بعد .

إن سنوات الستينيات ، وهى فترة الإضراب أو الاهتياج الذى اتهم فيه الإعلام على أنه حامل الأخبار الرديئة ، وقد شهدت كذلك بداية عودة نموذج الإعلام ذى التأثير الفعال . وقد اتضح آنذاك ، بعد كل هذا ، أن الإعلام قد خاطب فعلاً عدداً كبيراً من الناس مباشرة وأن البعض منهم ، على الأقل ، قد تأثروا وحفزوا على اتخاذ أى إجراء . وهكذا عوض أن نتكلم عن الإعلام بأنه قوى ، فإننا اخترنا بأن نتكلم عنه كشىء ما قوى ، وقد لاحظنا بانه إذا ما قال الإعلام (صوتوا لفلان أو لشخص ما) ، فإن البعض سيفعل ذلك بينما سيتقاعس البعض الآخر . ولقد أدركنا كذلك أن هناك عدة عناصر أخرى بجانب وسائل الاتصال تؤثر فى اتخاد القرار الأخير فى التصويت .

وعند ازدهار أو انحطاط (نماذج فعالية وقوة وسائل الاتصال) رأينا كذلك ازدهار أو انحطاط الأسلوب العتيق للدعاية وما وصلت إليه ، وكذلك نظرية الرصاصة ونظرية قادة الرأى . (وقد كانت هناك نظريات أخرى كنظرية الإدراك ، ونظرية الإدراك الحسى الانتقائى ، ونظريات التوازن) . [٢]

(2) Tan, *Mass communication,* pp. 5-6.

وهنا يمكن أن نطرح السؤال التالى ، كيف كانت تلك الأفكار (سليمة) و مقبولة ، وبعد قليل أصبحت (خاطئة) ومرفوضة ؟ وفى هذا الصدد أعطى المفكر (تان – Tan) الشرح التالى :

- هناك دراسة قديمة تقترح بأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية فى المجتمع يمكن فهمه جيداً من خلال تحليل المناخ السياسى والاجتماعى السائد فى تلك الآونة . وقد حصلت نماذج التأثير الفعال الأصلى الأولى على الإقبال الكبير على وسائل الاتصال خلال الحرب العالمية ، والنكسة المالية العالمية حيث كانت الفرص متواجدة بكثرة ، وكانت الظروف مواتية للإعلام كى يكون قوياً . وخلال الهدوء والرخاء النسبى فى الخمسينات وبداية الستينات كانت جماهير وسائل الإعلام راضية بعض الشئ بما لديها .

وقد أصبح نموذج التأثيرات القوية صاحب ضغط وتأثير على الباحثين والسياسيين ، وكذلك الاهتياج الاجتماعى الذى اجتاح البلاد فى أواخر الستينيات وبداية السبعينيات .

ويقول المفكر (تان – TAN) : من الممكن أن يكون مفهومنا لتأثير وسائل الاتصال قد تغير مع التقدم التقنى وبحوث القياس .

ويمكن القول كذلك بأن تأثير الرأى القيادى قد كان موجوداً بالفعل خلال الثلاثينيات وأن الإعلام لم يخاطب إلا عدداً قليلاً من الناس فى تلك الأيام إذ لم يكن للتلفزة وجود آنذاك ، أما الإذاعة فقد كانت فى عز شبابها ، ومعرفة القراءة والكتابة كانت لا تزال بعيدة كل البعد عن الشمولية .

وقد يكون الناس قد توصلوا بالفعل إلى معلومات مهمة عن طريق تأثير الآخرين ، إلا أنه بعد عشرين عاماً مضت ، تضاعف حجم الإعلام بشكل قوى ، واستطاع أن يخاطب الأفراد مباشرة بدلاً من استخدام أصحاب الرأى القيادى كوسيلة لذلك .

وعلى نفس السياق نجد نظرية الرصاصة لم تكن سهلة للنقد أو التهجم عليها إبان الفترة والظروف التى ظهرت فيها . وهكذا يتبين لنا أن تقلب الحكمة فى هذه النظريات

أو فى أى نظرية أخرى ساقطة لابد أن تكون مناسبة فى ظروف ما وغير مناسبة فى أى ظرف آخر . وإضافة إلى ذلك فإن سقوط النظريات يعكس بدون شك عدم صلاحية مقاييس علومنا الاجتماعية بصفة عامة وكذلك تعقيد التحاور الإنسانى . غير أننا لم نحدد ولم نصنف عشرات الآلاف من المتغيرات التى تساهم فى عملية الاتصال .

وبمفهوم آخر ، فإن صاحب النظرية يجب أن يكون مؤرخًا دارسًا للتاريخ ، وباستطاعته تحديد سياق الحقب الزمنية و الظروف التى تتوارد فيها النصوص (سواء منها الجغرافية أو السياسية أو التقنية) التى تشهد على صلاحيتها (أى قدرتها على الاستنباط الناجح) فيما يخص قضية معينة متعلقة بتلك النظرية .

وللحصول على معنى التغيير الطبيعى للنظرية ، فإن على الطالب مراجعة بعض الأعداد القديمة والحديثة للأبحاث المنشورة فى الجرائد والمجلات المخصصة لهذا الغرض .

ويمكننا القول بأنه سيكون بديهيًا الجزم بأن الحكم التى وردت فى الثلاثينيات إلى الخمسينيات أصبحت اليوم عتيقة (وتجاوزت تاريخها) . لكن على الطالب أن يتذكر دومًا بأن الفارق بين آنذاك والآن لا يعنى قطعًا بأن (الحقيقة) القديمة أصبحت اليوم (أكذوبة) ، ولكن بالعكس قد تعنى فقط بأنها تعتمد على الظرف والمناخ الذى يجدها الشخص فيهما .

تمرين :

جزء (أ) :

استعمل المصغرات الفيلمية والمجلدات ، وارجع بالضبط إلى الأعداد بين (١٩٣٠م و ١٩٥٠م) للمجلة الفصلية *(Journalism Quarterly)* بين المقالات التى تعالج تأثيرات الإعلام الجلية ؟ . وفى المكان المتاح أسفله ناقش (١) القوة الخفية للإعلام فى المقالة (أى إذا كان أصحاب المقالات يرون أن الإعلام قوى ، أو غير قوى ، أو قوى شيئًا ما) .

(٢) تقنيات وطرق البحث ، هل البحث مناسب اليوم ؟ وإذا كان الجواب لا ، فلماذا ؟ وإذا أعيد البحث مرة أخرى ، هل كانت الطريقة ستتغير ؟ وكيف كانت النتائج ستتغير ؟

-

-

-

جزء (ب) :

عد مرة أخرى إلى المجلة الفصلية *(Journalism Quarterly)* ، اختر مقالة من آخر المقالات (من ١٩٧٠م إلى الوقت الحاضر) التى تعالج قضية الإعلام وتأثيراته أو أى قضية أخرى تتعلق بإحدى النظريات .

وفى الفراغ المخصص أسفله حاول أن تناقش : (١) كيف أن تلك المقالة تختلف عما سبقها من المقالات التى نشرت فى المجلة الفصلية . (٢) هل المقالة تعالج بعض الأفكار التى قد تكون مرتبطة بالظرف أو النص (قد لا تكون تظهر بأنها حقيقية ٢٠ إلى ٣٠ سنة مضت) . (٣) وهل المقالة استعملت طرق ومقاييس تستشف شيئًا ما من المعلومات الدقيقة . (٤) هل هناك أى مقارنة قد تستطيع القيام بها بين النظرية (القديمة) و(الحديثة) ؟ .

-

-

-

جزء (جـ) :

تحت إشراف مدرسك ، يمكنك إعادة هذا التمرين مرات متعددة مستعملاً مجلة فصلية أخرى مثل : (مجلة البث الإعلامى) أو (المجلة الفصلية للرأى العام) .



الوحدة (١٤)
عوامل الإقناع فى الرسالة

مراجع مفيدة :

C. I. Hovland and W. Mandell : "An Experimental Comparison of Conclusion Drawing by the Communicator and the Audience," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 1952, pp. (88 - 581) .

إن عملية الإقناع خلال اتصال ما تعتمد على ثلاث مجموعات واسعة المجال من العناصر الآتية : عوامل المصدر، وعوامل الرسالة ، وعوامل الجمهور (المخاطب) ، وعوامل المصدر هذه سوف نتطرق إليها بالتفصيل فى الوحدة (١٥) .

أما الآن فسوف نركز على عوامل الرسالة فقط . لقد تمركزت البحوث فى مجال عوامل الرسالة حول أربعة متغيرات رئيسية ، هى :

١ - تسلسل أو ترتيب المناقشة .

٢ - هل العرض (ذو وجهة واحدة) أم (ذو وجهتين) .

٣ - نوعية المخاطبة أو الالتماس أو المناشدة فى الرسالة .

٤ - هل الخلاصة أو النتيجة ظاهرة أم مبهمة ؟ .

وتفصيلها كالآتى :

١ - **تسلسل أو ترتيب المناقشة** : إذا كنت ترغب فى أن تكون مقنعًا للآخرين فى الاتصال الكتابى أو الشفوى ، فكيف يمكنك تبيين مناقشتك إذن ؟ هل يجب عليك أن تفترض مقدمة وتنطلق منها محاولاً الدفاع عنها خلال محادثتك ؟ أم يجب عليك أن تبنى حجتك بكل احتياط ، وبتأنٍ ، محافظًا على الفكرة الرئيسية لموقفك حتى نهاية عرضك ؟ أم يجب عليك أن تجد خطًا للتسلسل الرئيسى لمناقشتك مسبقًا ، ثم تقوم بمداولة تلك الفكرة مرات متعددة أثناء عملية الخطاب ؟ .

٢ - **خطاب (ذو وجهة واحدة) ، أم (ذو وجهتين)** : إذا كنت ترغب فى أن تكون مقنعًا، فهل يستوجب عليك ذلك أن تعرض وجهتى النظر فى نقاشك ؟ ، أم يجب عليك أن

تترك الوجهة الأخرى إلى الطرف الآخر ؟ وهل الأحسن بالنسبة لك أن تعلن موقفك ومبرراتك دون أن تذكّر جمهورك بأن هناك وجهة نظر أخرى ؟ .

٣ - **نوع المخاطبة أو الالتماس** : إذا كنت ترغب فى أن تكون مقنعًا ، فإن خطتك ربما تناشد أو تخاطب المستمع لتلبية بعض احتياجاته . فمثلاً ، قد تقرر أن تستخدم المناشدة المنطقية ، وقد تخاطب كبرياء المستمع ، أو أنك تتمنى أن تخيف المستمع باتخاذه موقف الموافقة على رأيك . أى نوع من الاستجابة إذًا هو أنجع وأنسب ؟ إذا كنت تميل إلى التخويف ، فهل يجب عليك ان تستخدم تخويفًا قويًا أم تخويفًا ضعيفًا ؟ (مثلاً : إن التدخين سيقتلك بدلاً من : بعض الأبحاث أظهرت أن الناس الذين يدخنون هم أكثر عرضة للأمراض) .

٤- **استنباط الخلاصة أو النتائج** : إذا كنت ترغب فى أن تكون مقنعًا ، إلى أى مدى ترسم إلى المستمع ما يجب أن يفكر فيه من الدلائل والحقائق التى عرضتها عليه ؟ هل يجب عليك التصريح بذلك علانية ؟ مثلاً : هذا ما يجب أن تعمله . أو هل يجب عليك : (أ) ان تقترح فحسب أو تلمح إلى الخلاصة أو النتيجة . أم (ب) أن تترك استنباط الخلاصة إلى الجمهور (أى تترك الدلائل والحقائق تتكلم عن نفسها ؟) .

فى خضم هذا الحدث ، لم نقدم أى جواب لكل هذه الأسئلة ، وسيترك هذا الأمر إلى نصوص وكتب متخصصة فى هذا الميدان للإجابة عنها ، والمقصود هنا هو تعزيز الأسئلة وإعطاء الفرصة للطالب كى يدرس ويختبر الاتصالات الحقيقية ويعرضها مقابل تلك القاعدة (من المعلومات) .

تمرين :

جزء (أ) :

قص مقالة المحرر من جريدة يومية ثم قم بتقييمها فى السطور المخصصة لذلك أسفله ، الصق تلك المقالة بهذه الصفحة حتى يتمكن مدرسك من العودة إليها إن أراد ذلك .

ترتيب الجدال : ناقش باختصار ، أين تظهر المشكلة الرئيسية لموضوع المقالة ؟ هل هى متكررة ؟ هل المقالة تدور حول نقطة منطقية ؟ وبعد ذلك (ترمى بسهم) إلى صميم الموضوع . هل هناك أفكار أخرى لديك حول ترتيب العرض ؟ .

واجهة واحدة ، مقابل واجهتين : ناقش باختصار : هل الجدال كله ذو واجهة واحدة ، أم إنه يحاول تقديم القصة بأكملها ؟ .

- ....

- ....

نوع الإثارة : ناقش باختصار : هل المناقشة مثيرة للخوف ، أو للأنانية ، أو الكبرياء ، أو المنطق ، أم لأشياء أخرى ؟

- ....

- ....

استنباط الخلاصة / النتيجة : ناقش باختصار : هل الخلاصة تم سردها بكل وضوح ، أم ترك ذلك للقراء كى يخرجوا بخاتمة مناسبة ؟

- ....

- ....

جزء (ب) :

الآن قص مقالة سياسية تتعلق بنقابات العمال من أى جريدة يومية أو مجلة ثم كرر نفس التمرين أعلاه ، حدد وجهة الاختلاف بين المقالتين من كل النواحى ؟

ترتيب المناقشة :

- ....

- ....

وجهة واحدة مقابل وجهتين :

- ....

- ....

نوعية المخاطبة أو نوع المناشدة :

- ....

- ....

الخلاصة المتحصل عليها :

- ....

- ....

الوحدة (١٥)
مصداقية المصدر

مراجع مفيدة :

Carl I., Hovland and Walter Weiss : "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness," *Public Opinion Quarterly*, 15, 1951, pp. (50-635) .

لماذا كان (والتر كرونكيت – Cronkite Walter) فى السنوات الأخيرة وهو المراسل المعتمد لشبكة (تلفزيون سى بى إس – CBS. TV) معروفًا لدى الكثيرين بأنه (أصدق رجل فى العالم) ؟ . فإذا قرأ وولتر الأخبار فى منافسة مع شخص آخر له نفس السن ، ونفس لون الشعر ، ونفس الوزن إلى آخره ... ؟ هل من الممكن أن يكون للشخصين نفس درجة المصداقية لدى الناس ؟ ربما نعم وربما لا . إذًا لزم علينا الآن أن نتساءل ، ما هى المميزات التى يجب أن تتوفر فى شخص ما وتقودنا إلى الثقة به ؟ هل نحن مدركون وعلى علم بطبيعة أحكامنا هذه ؟ هل يمكن لأحكامنا أن تتلاعب بذلك عن طريق (التصورات التراكمية) ؟

لقد علمنا بأن السيد (دان راذر – Dan Rather) وهو الذى عوض السيد كرونيت قد وصف (على الأقل فى أوائل أيام ظهوره) بأنه شخص ما أقل مصداقية . ويقال بأنه قد قيل له بأن يضيف معطفًا صوفيًا فوق بدلته المعتادة . ويعتقد بأن المعطف الصوفى يضفى عليه شيئًا من الدفء والإخلاص ويخفض من نظرة (الميول النحيلة) . وقصة المعطف الصوفى هذه هى نكتة طريفة فى الحقيقة ، وهى ترمى إلى مدى ضعفنا وقوتنا (كبشر) ، كما إنها تعكس كذلك مدى خطئنا أو نجاحنا فى الحكم على الآخرين والقدرة على القيام بالحكم عليهم هو موضع قوة فى حد ذاته ، وكلما كان حكمنا حسنًا ، كانت النتيجة أسعد لنا . ونحن عادة نقوم بالحكم على الآخرين عن طريق (مراقبتهم عن كثب) وعن طريق النظر إلى أعينهم ، وطريقة مشيهم ، والكلمات التى يختارونها ، وكذلك نسبة الثقة التى يستعملونها للإدلاء بتلك الكلمات ، غير أن حكمنا هذا قد يكون ضعيفًا فى حد ذاته ، لأنه يبين مدى تعرضنا للخداع . والناس عمومًا من السهل جرهم إلى التصديق بالمزيفات . وغالبًا ما نرى الإخلاص وهو فى الحقيقة تمثيل ، ونرى الحكمة فى شخص ما وهو فى الحقيقة تشدق بكلمات غيره من الناس .

ما هى العناصر التى نبحث عنها عندما نحكم على الآخرين ؟ التمارين التالية مخصصة لأعطائك نظرة على هذه الظاهرة المعقدة ، عند انتهائك من هذه التمارين ، سوف نتابع حديثنا حول ما يقوله هذا البحث بشأن طبيعة مصدر المصداقية .

تمرين :

جزء (أ) :

فكر فى أى مذيع أو مراسل إذاعى هو بالنسبة لك أكثر من تثق فيه . والمقصود (بالثقة) هنا الشخص الذى لديك أقل نسبة شك تجاهه (أو تجاه ما يقوله) . وهذا الشخص قد يمثل أى وسيلة من وسائل الإعلام (التلفزة ، أو جريدة ، أو مجلة أو الإذاعة) لكن عليه أن يكون بقسم الأخبار وليس الترفيه بأى شكل من الأشكال .

(ولحد الآن لم نبدأ محاولة لتفسير معنى كلمة الأخبار ، عليك إذن باستخدام مفهومك الشخصى) لما تعرفه عن ذلك الشخص ، اكتب اسمه فى الجهة المخصصة لذلك أسفله . ثم اكتب كل الصفات التى تعتقد بأنها تصف خاصيات ذلك الرجل وتجعله موثوقًا به .

(والصفات تضم كلمات ، مثل : وسيم أو جميل أو ذكى أو منهجى إلى غير ذلك) قد يكون هناك عدد كبير من الصفات ، وبالفعل ممكن الحصول على (٨ أو ١٠) صفات أخرى كما ذكرنا .

(إذا كانت المساحة الآتية غير كافية لكتابة ذلك فعليك باستخدام ورقة إضافية) .

– اسم المذيع أو المراسل : ....

– نوع الوسيلة : ....

– الصفات :

....	....	....	....
....	....	....	....
....	....	....	....

جزء (ب) :

الآن وقد أتممت قائمة الصفات ، لنجمع الكلمات على شكل مجموعات متناسقة مع بعض ، انظر مرة أخرى إلى تلك القائمة فإنك ستجد بأن بعض الكلمات ، رغم أنها مختلفة عن بعضها ، فهى ربما تتشابه (لكن ليس بالضرورة) ، هذا يعنى أن بعض الصفات مبنى نسبياً على الأحاسيس والمعانى نفسها . فمثلاً ، إذا وصفت مصدر الخبر الذى تلقيته (وهو المذيع نفسه) بأنه خطيب فصيح وواضح ، ربما تتفق معى بأن هذين اللفظين مترابطان . حاول جمع كل الكلمات المترابطة . إذا كنت قد عرفت ، لنقل (١٥) صفة مختلفة مثلاً ، فباستطاعتك أن تضعها فى أى مجموعة من المجموعات من (١ إلى ١٥) . كل مجموعة من الممكن أن تضم من (٥ إلى ٦) صفات .

حاول جمع الصفات فى الفراغ المخصص لذلك أسفله . (مثلاً : مجموعة «١» خطيب ، فصيح ، ذو حجة ، مفهوم . ويتبين من خلال هذا أن هذه الصفات تعود على الشخص وقدرته على الاتصال والتحدث بصيغة حسنة) .

مجموعة ١ مجموعة ٢ مجموعة ٣ مجموعة ٤

مجموعة ٥ مجموعة ٦ مجموعة ٧ مجموعة ٨

مجموعة ٩ مجموعة ١٠ مجموعة ١١ مجموعة ١٢

جزء (جـ) :

عندما تنتهى من وضع كل الصفات حسب المجموعات ، أى كل صفة فى مجموعة وليس أكثر من صفة واحدة لكل مجموعة ، ارجع إلى تلك المجموعات ثم عد مجموع الصفات فى كل مجموعة .

لنفترض - ولو لوقت وجيز - أن هناك معنى فى تلك الصفات لدى كل مجموعة أى إنها تبين شيئًا ما يدور حول ذلك الشخص .

بعض الصفات - مثلاً - يبين عدم النضج الفكرى ، مع العلم بأن ذلك قد لايكون مهمًا للغاية . (مثلاً : إذا كانت مجموعتك رقم «٤» فيها اثنتان أو ثلاث صفات ، لكن مجموعة رقم «٢» فيها خمس ، فإننا سندعى بأن مجموعة «٢» هى أكثر تطوراً ، فيما يخص النضج الفكرى) . مع العلم بأن ذلك قد يكون مهمًا للغاية . (مثلاً : إذا كانت مجموعتك رقم «٤» فيها اثنتان أو ثلاث صفات ، لكن مجموعة رقم «٢» فيها خمس ، فإننا سندعى بأن مجموعة «٢» هى أكثر تطوراً فيما يخص النضج الفكرى) .

رتب المجموعات بناءً على عدد صفات كل مجموعة ، المجموعة ذات العدد الأكبر هى مجموعة (١) ، والمجموعة التى تليها فى العدد هى مجموعة (٢) ، إلى آخره ،

لنفترض مرة أخرى أن هذه الأنواع من الترتيبات لها علاقة بمدى قوة وحجم الأحاسيس التى قد تكون لديك تجاه الخصال أو المزايا من خلال مجموعات الصفات التى ذكرت (والتى عبرت عنها بكلمات منفردة) .

وبمعنى آخر ، فإننا نريد أن نفترض أن ترتيب المجموعات يمثل أقوى عنصر فى المصداقية . فهل وضعنا افتراضًا مقنعًا ؟ ولماذا ؟

الآن وقد قمت بمجموعات للكلمات (أو الصفات) ، عليك أن تقوم بفحص تلك الصفات فى مجموعتك رقم (١) ثم اخرج بصفة واحدة أو بمفهوم واحد يضم جوهر المعانى المشار إليها فى مجموع الكلمات والصفات كلها ، عد بعض الشىء إلى المثال الذى سبق أن أعطيناه لك ، سوف ترى أربع صفات أو كلمات كلها مترابطة ومعبرة وكل واحدة منها تلعب دوراً فى عملية الاتصال .

لكن عبارة (الاتصال) قد تبدو سطحية وعامية لكى تصف مفهوم الكلمات الأربع ، ربما مصطلح (التفصيل) يضم بصورة أفضل تمازج المعانى .

هل بإمكانك إيجاد مصطلحات أفضل ؟ تابع فحصك لتلك المجموعات والصفات حتى تصل إلى مفهوم واحد لكل مجموعة .

وهكذا ـ كما ترى ـ فإن هذا النوع من التحليل يصبح شخصياً ، ويعتمد نجاحه على إبداع وتقرير الباحث (وبالطبع على أخلاقه كذلك) . لكن إذا ما ذهبنا بعيداً ، فإن التمرين قد ضم مثلاً شخصاً واحداً فقط ، وسوف نرى فى تمرين آخر (انظر جزء ٣١) بأن الخطأ الهامشى لمثال عن شخص واحد قد يكون مهماً للغاية . والتمرين حول موضوع المصداقية يمكن تمديده وذلك بجمع كل أجوبة الفصل . لكن إذا ما كانت مجموعاتك و مفاهيمك تمثل شعور مجموعة كبيرة من الناس ، فماذا ستظهر مجموعاتك إذاً ؟ . ستظهر – لا محالة – أن مصداقية مذيع ما تعتمد بالضرورة على الخصائص والعناصر التى سبق تعريفها (أو على الأقل على بعض المقاييس) . وبعبارة أخرى ، فإنك إذا كنت تسعى جاداً لرؤية مدى مصداقية ذلك المذيع ، فإنه يتحتم عليك مراجعة الأفكار العريضة لزملائك تجاهه ، أو طلبه مباشرة بتغيير بعض خصائصه كى تصل أنت إلى ما تنشده .

وفى عجالة يمكن القول بأن التمرين الذى قمت به قد بين الطريقة التى جمعت بها المعلومات المتعلقة بالمصداقية ، وكذلك الطريقة التى تروج بها تلك المعلومات فى عالم الأسواق .

طبيعة مصدر المصداقية :

لنعد إلى (والتر كرونكيت ودان رازر) ، وإذا عرفنا ما يدركه جمهور هؤلاء من مميزات مصداقية المذيعين العالية ، فهل يمكن لنا توظيف ذلك إما فى إحداث تغييرات على الهيئة العاملة أو تشغيل أخرى غيرها ؟ .

إذا وجدنا مثلاً أن (حرارة) المذيع (ربما الإخلاص أو الإحساس بالآخرين) كان مهماً ، هل يمكن لنا تحسين مصداقية المذيعين وذلك بارتدائهم ملبساً صوفياً غليظاً ، بحيث يكون لكثيرٍ من الباحثين نفس الرأى ، وهذا هو المنهج الذى تبنته أغلب البحوث المتعلقة بمصدر المصداقية والتى سلكت المنهج الإحصائى الذى يسمى (التحليل التعاملى) . وهذا المفهوم الإحصائى مهم جداً بحيث تم الرجوع إليه فى أكثر من تمرين .

إن التحليل التعاملى يتضمن العلاقة والعلاقة التبادلية للمتغيرات، لكن الأسلوب يظل اختزاليًا فى جوهره ، بحيث يقوم باختصار مجموعة من المعلومات فى فقرات من العوامل المشتقة .

وهذا الأسلوب يستعمل فى تعريف أساس العلاقات الإحصائية الدقيقة بين المتغيرات . وبهذا نقوم بتحديد مجموعة من المتغيرات ذات العلاقة . وعلى سبيل المثال ، إذا اعتبرت (٢٠) أو (١٠٠) صفة ذات علاقة بمصداقية المصدر ، يمكنك التقليل من التقويم الشخصى فى التقييم وذلك بالاعتماد على التحليل التعاملى . كما أن برنامج التحليل عن طريق الحاسب الآلى يغنيك عن العمل اليدوى بدقة رياضية متناهية .

واستطاع (اندرسون – Andersen) باستخدام منهج تعاملى أن يعين عامل التقييم لمصدر المصداقية المتميز أحيانًا بالصدق والأخلاق والعدالة والعاطفة والعقلانية والمحبة وعامل الديناميكية المتميزة بالأهمية والقوة والسرعة والعدوانية والنشاط [١] . فإذا واجهتك هذه المجموعة من المتغيرات ، فهل يمكن تسميتها بـ(التقييم والديناميكية) ؟ . لقد قام كل من (بيرلو وليمبرت) كذلك بتحديد عامل آخر لـ(الديناميكية) ويشمل عنصرين آخرين أساسيين ، هما : الكفاءة والثقة [٢].

وفى دراسة أخرى سابقة قام (ليمبرت) بتحديد عوامل أخرى تشمل عامل «الأمان» (وتتميز تلك العوامل بالصدق والانفتاح و الأمان والموضوعية) ، وكذلك «الكفاءة» (التى تتميز بالتدريب ، والتجربة ، والتكوين والمعرفة) [٣] .

ثم جاء (مكروسكى – McCroskey) ليقول «السلطوية» (التى عرفت بالثقة ، والتكوين ، والكفاءة ، والذكاء ، والاحترام والخبرة) ثم «الشخصية» (التى عرفت بالصدق ، والصداقة ، واللطف ، والأنانية، والمودة والعفة) [٤] .

---

(1) Kenneth Anderson : "*Experimental Study of Artistic and Non-Artistic Ethos in Persuation,*" Unpublished Ph.D. Diss., Univ., of Wisconsin, Madison, 1961 .
(2) David K. Berlo and James B. Lembert : "A Factor Analytic Study of The Dimension of the Dimensions of Surce Credibility," Paper Presented to the 1961, convention of the Speech Association of America , New York.
(3) James B. Lambert, Cited in Harry C. Triandis, *Attitudes and Attitude Change (New York: Wiley, 1971)*
(4) James C. McCroskey and R.E. Dunham. : "Ethos : A Compounding Element in Communication Research," *Speech Monographs,* 33, 1966, pp. 63-456.

وانطلاقًا من هذا الملخص ، يتبين بأنه مهما اختلف الباحثون ، فإن المناهج لا تتغير وذلك يساعد على الحصول على نتائج متباينة . فمثلاً كلمة «صادق» ذكرت فى ثلاثة عناصر مختلفة هى : (التقييم ، والأمان ، والشخصية) .

وعلى كل حال فإن اختلاف النتائج يرجع إلى اختلاف المعلومات ، فمثلاً إذا لم تكن هناك درجات التباين فى مجموع البيانات ، لن يكون هناك تباين فى النتائج ، رغم أن أغلب عناصر البحث السابق لم تشمل عددًا كبيرًا من المتغيرات ، وذلك لأن برامج الحاسب الآلى عامة تتعامل فقط مع عدد قليل من المتغيرات إلى حد ما . وعكس ذلك ، حاول الباحث (سينجليترى – Singletary) معالجة المسألة ذات المتغيرات المحدودة .

فى ذلك البحث ، كتب فصل من (٩٠) طالبًا كل المفردات / الكلمات التى ظنوا أنها تصلح لوصف مصدر خبر موثوق به ، وطلب من فصل آخر يتكون من (١٨١) طالبًا استعمال تلك الكلمات بصيغة عكسية وذلك لتقييم مصدر الخبر الأجدر بالثقة ، وبعد معالجة البيانات بواسطة برنامج تم الحصول على (١٩٨) من المتغيرات ، وهذا العدد قد يعطى آلاف العلاقات المتبادلة [٥] .

أما (العامل التحليلى) فقد اختزل المجموعة إلى ستة عوامل أساسية أوضحت ٤٨٪ من التعارض بالإضافة إلى عشرة عوامل أخرى لتزيد نسبة التعارض إلى ٦١٪ . وهذه العوامل الأساسية تتمثل فى الذكاء ، والجذب ، والصدق ، والوضوح ، والحقد والاستقرار . أما العوامل الثانوية فتتمثل فى الصراحة ، والحساسية ، والفعالية ، والديناميكية ، والضمير المهنى ، والإدراك الحسى ، والوعى والثقة بالنفس . أما المصداقية فتعتبر نظامًا ذا عناصر معقدة وغير واضحة كليًا.

وتتوقف المصداقية بطبيعة الحال على الأشخاص موضوع الدراسة ، الذين هم غالبًا ما يكونون من طلبة الأبحاث الاجتماعية ، والمتغيرات التى تسهم فى إدراك الطالب وغير الطالب للمصداقية ، إما أن تكون مماثلة أو متباينة . فغالبًا ما يطلب مشرفو الإعلام من مكاتب البحث إجراء استطلاعات للرأى لمعرفة رأى الجمهور فى مذيعيهم ، وهذه البيانات تكون أساس قرارات التوظيف ، وكذا برمجة الأخبار والبرامج الترفيهية .

(5) Michael W. Singletary : "Components of Credibility of a Favorable News Source," *Journalism Quarterly*, 53, 1976, pp. (19-316) .



الوحدة (١٦)
ديناميكية المجموعة

مراجع مفيدة:

Alex Bavelas : "Communication Patterns in Task-Oriented Groups," In Harold D. Lasswell and Daniel Lerner, eds., *The Policy Sciences,* Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1951.

H. J., Leavitt : "Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance," *Journal of Abnormal and Social Psychology,* 46, 1951, PP. (38-50).

Robert B., Zajonc : "Effect of Feedback and Probability of Group Success on Individual and Group Performance," *Human Relations,* 15, 1962, pp. (61-149) .

يقال بأن للمجموعة ديناميكية ذاتية تفضى بنتائج سلوكية تختلف عن سلوك الفرد . ويمكنك أن تتخيل مثلاً حشداً من الناس أو مظاهرة يكون الجمع فيها فى حالة جنون ، فالأشخاص المشاركون فى نشاطات تلك اللحظة عادة ما يجتنبون تلك النشاطات كأفراد ، أو بالأحرى إذا أخذنا مسرحية كوميدية قد تكون مضحكة لحشد من الجمهور ، وقد لا يكون لها نفس التأثير إذا شاهدها شخص ما بمفرده ، ويمكن تطبيق بعض متغيرات عنصر السلوك الجماعى عندما يطلب من الجماعات الوصول إلى إجما ع فى الرأى مستخدمين عنصر المجازفة .

إن متوسط القرارات الشخصية قد يختلف من حيث الدرجة إذا طلب من نفس الأشخاص إعطاء علامة أو درجة واحدة لمجموعة . وعادة ما تتسم قرارات المجموعة إما بالحذر أو المجازفة أكثر مما تكون عليه قرارات الفرد وحده . (ويعتمد توجيه الفرق على تركيبة المجموعة / الجماعة) .

فالأمر بكل وضوح هو أن الجماعة قد تختلف عن الفرد ، ويرجع ذلك لديناميكية الجماعة فى حد ذاتها .

تمرين :

بعد قراءة ما تقدم ، قد يطلب منك المدرس* المشاركة فى تمرين مناقشة وذلك لتوضيح ديناميكية المجموعة .

- ....
- ....
- ....

* انظر دليل المدرس : (ديناميكية الجماعة) حول التمرين المتعلق بهذا الموضوع .

الوحدة (١٧)
انتشار المعلومات

مراجع مفيدة :

Richard Budd, Malcolm MacLean, Jr., and Arthur M., Barnes : "Rgularities in the Diffusion of Major News Events," *Journalism Quarterly*, 43, 1966, pp. (30-221).

Rebecca Quarles, Leo W., Jeffres, Carlos Sanchez-Flundain, and Kurt Nenwirth : "News Diffusion of Assassination Attempts on President Reagan and Pope John Paul II," *Journal of Broadcasting*, 27, 1983, pp. (94-387).

تم التسليم – عبر التاريخ الإعلامى – بأن وسائل الإعلام خاطبت الناس مباشرة وأن تلك الاتصالات الجماهيرية كانت سبب تحركاتهم . لذلك لجأ الملوك فى عصر ما قبل الطباعة إلى سياسة الترخيص والرقابة فى ميدان الإعلام ، وابتكار تهمة التحريض من أجل الحد من انتشار الاتصال الجماهيرى ، حيث إنه كلما عظمت الحقيقة كبرت الجريمة ، ورغم أن تهمة التحريض قد ألغيت من القانون الاستعمارى مباشرة بعد الثورة ، إلا أن الإيمان فى قوة الصحافة ظل قائماً عبر السنين . وخلال القرن التاسع عشر أنشأ السياسيون صحافتهم الخاصة ودعموها ، (وذلك على غرار شخصيات السينما الغربية لما استخدموا الأسلحة السريعة) لنسف المعارضة بكلام مقذع .

وفى القرن العشرين كان واضحًا للعيان مدى أهمية الصحافة العالمية للترتيب للقوة التى تنهى عملية (الحرب من أجل إنهاء كل الحروب) - أى الحرب العالمية الأولى .

أما فى الأربعينات من هذا القرن فبدأ كل من (لازار سفيلد وبيرلسون و جوديت Berelson and Gaudet & Lazarsfeld) فى ملاحظة أن وسائل الاتصال لا تخاطب الناس بصفة مباشرة دائمًا ، فأحيانًا يقوم الإعلام بمخاطبة الزعماء ليقوموا بدورهم بإيصال تلك الرسالة للغير ، وإذا كان الأمر كذلك فلم تكن قوة وسائل الإعلام كما كان يظن بها سابقًا . إن بإمكان الرسالة أو الخبر أن يمر بعملية (غسل) أو غربلة عند عمليات انتقائه من طرف الزعماء أو قادة الرأى . فبدلاً من أن تؤدى خطبة (A) إلى سلوك (B) ، يمكن غربلة خطبة / رسالة (A) وتكسيرها بالشعاع عبر (موشور) ، بحيث إن خط الضوء يعتمد على وضعية الموشور .

إن غربلة الخطب أو الرسائل كانت الإيحاء الذى خلق حركة فى دوائر البحث استمرت (٢٠) سنة . ولكن بدلاً من تعزيز فكرة رأى الزعامة (تدفق خطوتى المعلومة) ، أدى ذلك فقط إلى تعقيدها ، فتحولت الخطوتان إلى عدد من الخطوات . وبدا كل شخص زعيم رأيه . وإذا كان الأمر كذلك فما هى الفائدة التى ستجنيها النظرية ؟ وسرعان ما منى (بحث زعامة الرأى) عام ١٩٦٨م بموت أخرس حيث اعتبرت تلك السنة نهاية فترة زمنية وفكرة مهمة جداً فى حد ذاتها لما لها من طابع تاريخى .

ولكن سرعان ما انبثق من بحث (قادة الرأى) الكلاسيكى بحثًا آخر يتعلق بالعادات والانتشار ، وهذا الانتشار قد يشمل الإبداعات والمعلومات معاً .

سوف نركز فى هذا الجزء على انتشار المعلومات ، فمن الواضح أن الفكرة ليست بغريبة عن رأى الزعامة الأولى ، لأننا نتساءل من أين يحصل الناس على أخبارهم ؟ لمن يتكلمون على ذلك ؟ وهناك سؤال آخر : لماذا نجد الناس يهتمون بالأخبار ، وكذا بانتشارها ؟ وماذا يجنون من وراء الأخبار ؟ وتلك مسألة أخرى ، (واصل القراءة) .

هل نحن متفقون على نشر المعلومات كالرماية / التصوير ، نتيجة الانتخابات أو حريق فى وسط المدينة ؟ لا .. حسنًا ، ما هى خصائص الناشرين ؟ هل يقرؤون / يشاهدون / يسمعون الأخبار أكثر من غيرهم ؟ هل هم أكثر أناقة ؟ أو أن لهم خلفية لغوية خاصة .. إلخ .

طرحنا كل هذه الأسئلة لأننا إذا سألنا أو تنبأنا بعقلانية عن أغلب الناشرين المحتملين وعرفنا من منهم يكون أكثر تأثيراً . عندئذ يمكن لنا الوصول إلى اتصالات مهمة خارج قنوات الإعلام التقليدية . إذا استطعت تحديد الناشرين ثم الوصول إلى رسائلهم ، يمكنك التحدث إلى آخرين حيث يكون الوصول إليهم أصعب .

تمرين :

الجزء الأول : لمعرفة ما إن كنا متساوين فى ميدان الانتشار ، فلنقم باستفتاء ، إذا اعتبرنا أن القارئ هو فرد من مجموع طلبة القسم ، وإذا قام كل طالب باختيار دقيق لعدد من الناس من خارج الفصل تم استجوابهم فنتائج ذلك الاستجواب ستكشف لامحالة عن نماذج مهمة .

في هذا التمرين سوف نقدم استبانة مختصرة تتطلب دقائق فقط للإجابة عنها . (يمكن نسخها أو مراجعتها وذلك حسب حاجيات الفصل) .

في البداية يجب على الطالب والمدرس معًا تحديد موضوع إخباري للدراسة ، وهذا في حد ذاته يثير تساؤلات : هل انتشار الأحداث يختلف من المحلي إلى الوطني إلى العالمي وذلك على أساس تلك الأوجه كالقرابة و سرعة الانتقال ؟ .

ما هي الخصائص التي تساعد الخبر أو الحدث على الانتشار ؟ إما أن يساعدك المدرس على الإجابة أو إرجاء ذلك إلى يوم آخر . وعلى كل حال اختر حدثًا إخباريًا ما ثم حدد الشخص الذي سوف تستجوبه ، قد يكون هذا الشخص من الطلبة أو قد يكون غير طالب .

عليك أن تقرر فقط في القسم عدد الأجوبة المطلوبة ثم كيفية الحصول عليها ، لما تحصل على البيانات اجمعها لمعرفة ما إن كان الانتشار وظيفة من المتغيرات ، مثل : الجنس ، مصدر المعلومات ، تردد استعمال الخبر .. إلخ .

جدولة جمع بيانات الانتشار :

يمكن لكل مستجوب استجواب من (٥ إلى ١٠) أشخاص أو أكثر وذلك حسب ما يراه المدرس ، فصل من (١٥) شخصًا قد يعطي من (٧٥ إلى ١٥٠ إجابة أو أكثر) . رغم أن الجدولة تبدو غير قوية ، يمكن إنجازها بسرور ومتعة .

يجمع كل طالب بيانات ثم يقدمها للمدرس عند الطلب ، وبمساعدة أحد الطلبة بآلة حاسبة يقوم المدرس بجمع البيانات على اللوحة . ويكون الهدف من الجدولة هو :

١ - معرفة أخبار الأشخاص المستجوبين .

٢ - الحصول على وصف للناشرين ، فقد تبرز الأجوبة عدداً من المتغيرات الديموغرافية ، لذا نقترح الرسوم البيانية والمجامع التالية :

مصدر الخبر

الإعلام :

	ذكر		أنثى	
	تردد	٪	تردد	٪
التلفزيون				
الراديو				
جريدة				
مجلة				
أخر				
المجموع				

بين الأفراد :

	ذكر		أنثى	
	تردد	٪	تردد	٪
غريب				
قريب				
صديق				
زميل				
أخر				
المجموع				

الاستبانة

انتشار المعلومات : كيف تنتشر الأخبار ؟

الجزء (أ) :

يقرأ السائل على المستجوب ما يلى :

هناك قصة (فى التلفزيون ، فى الراديو ، فى الجريدة .. إلخ) اليوم تقول ... اقتبس أى قصة شئت تقوم باستطلاع على الحرم الجامعى لهذه المدينة ، إلخ ... لاكتشاف ما إن كان الناس لهم سابق علم بالقصة ، وإذا كان الأمر كذلك ، فكيف علموا بها ؟ .

نأمل منك السماح لنا بوضع بعض الأسئلة السهلة :

١ - تذكر الحدث الإخبارى الذى ذكرناه لك ، هل سبق لك أن سمعت به قبل أن نحكيه لك ؟ .... نعم .... لا (إذا كان الجواب بالنفى ، انتقل إلى السؤال الثانى) .

٢ - هل تتذكر من أين علمت بهذا الخبر أم لا ؟

.... الإعلام ، .... عن طريق أحد الأشخاص . اشرح / وضح :

....

....

٣- إذا سبق لك سماع هذا الخبر من شخص آخر غير مذيع الأخبار :

هل ذلك الشخص : .... غريب

.... فرد من العائلة

.... صديق

.... زميل فى العمل

.... آخر (فضلا وضح)

....

....

٤- إذا عرفت الخبر عن طريق قنوات الإعلام التقليدية ، هل عرفت الخبر فى البداية من :

- .... الجريدة
- .... الراديو
- .... التلفزيون
- .... مصدر آخر

٥ - بعد سماعك للخبر هل كلمت أحداً آخر عنه ؟ .... نعم .... لا .

(إذا كانت بالنفى ، انتقل إلى السؤال التالى) .

٦ - بعد أن كلّمت شخصاً آخر عن الخبر ، هل هذا الشخص كان يعرف ذلك من قبل ؟ أم أنك أول من زف إليه الخبر ؟

.... يعرفه من قبل

.... أول من زف إليه الخبر

لمساعدتنا على تصنيف الأجوبة ، نحتاج معرفة بعض الشىء عنك :

٧ - .... (إذا كنت طالباً ، ما هو اختصاصك ...) (وإذا لم تكن كذلك ، ما هى مهنتك ؟) .

٨ - .... هل تقرأ الجريدة كثيراً ؟

٩ - .... هل تشاهد أخبار التلفزيون كثيراً (محلية أم وطنية) ؟

١٠- .... هل تسمع أخبار الراديو كثيراً ؟

١١ - .... هل شاركت فى الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية الأخيرة ؟

وشكراً

الجزء (ب) :

شمل الجزء (أ) مطالبة / سؤال الناس عن تجربتهم مع تحويل / إبلاغ أو استقبال الأخبار . ماذا عن تجربتك (مع الأخبار) فى اليومين أو الثلاثة الأخيرة ؟ هل بلغت أو استقبلت أخبار ؟

أكمل البيان الشخصى التالى :

١ - هل سبق لأحد ما أن علق لك على حدث إخبارى فى اليومين أو الثلاثة الأخيرة ؟

.... نعم .... لا .... لا اذكر (لاتستسلم بسهولة) .

٢- ما هى الأخبار ؟

....

٣- هل يمكن أن تجمع المواد الإخبارية فى مجموعة / فئة / فئات /مجموعات مثل :

أ - الجيش ، ب - التربية ، جـ- المشاكل الاجتماعية ، د - الشئون العامة / السياسة ، هـ - الحوادث / الكوارث .. إلخ ؟

اجعل دائرة على الفئة الصحيحة أو اكتبها هنا :

....

٤ - منذ أن سمعت بالخبر ، هل كلمت أحداً عن ذلك ؟

.... نعم .... لا . أوضح : ....

الجزء (جـ) :

أخيراً ، كناقد لهذا النوع من البحث ، اذكر ما تراه من مشاكل اعترضت سبيلك . ما مدى دقة البيانات التى جمعتها ؟ ما نوع الأسئلة التى يمكن طرحها ؟ هل البحث الميدانى هو أفضل وسيلة لدراسة انتشار الأخبار ؟ لا تربط انتقاداتك بالضرورة بهذه الأسئلة ، أضف ما شئت واملأ الفرا غ أدناه .

الوحدة (١٨)
انتشار المخترعات

مراجع مفيدة :

Bernard Berelson and Ronald Freedman : "A Study in Fertility Control," *Scientific American,* 210, 1964, pp. (29-37).

Alfredo D. Mendez : "Social Structure and the Diffusion of Innovation," *Human Organization,* 27, 1968, pp. (49-241) .

Herbert Menzel and Elihu Katz : "Social Relations and Innovation in the Medical Profession: The Epidemiology of a New Drug." *Public Opinion Quarterly,* 19, 1955-56, pp. (52-337).

Everette M. Rogers and F. Floyd Shoemaker : *"Communication of Innovations: A Cross-Cultural Approach,"* New York: The Free Press,1971.

هناك طريقة أخرى للبحث فى طرق وصول الأخبار إلى الجمهور ألا وهى دراسة انتشار المخترعات أو الأفكار الجديدة ، بدلاً من معالجة الأخبار والمعلومات كتبادل البضائع فقط بحيث يقوم الباحثون بدراسة ميدانية لكيفية اختيار المجتمع لترويج سلعة جديدة أو طريقة جديدة للقيام ببعض المهام المنوطة بها .

هناك بعض الأسباب المعقولة التى تجعل منظرى الاتصال يرون فى دراسة انتشار «المخترعات» فائدة فى فهم انتشار «المعلومات» ومنها :

أولاً : هناك تشابه بين إذاعة حدث إخبارى وبين تقديم سلعة جديدة .

ثانيًا : للإعلام دور فعال فى التعريف بالخبر والإعلان عن السلعة لدى المشاهد .

ثالثًا : يساعد الإعلام على توضيح المعلومات أو التعريف بالمنتوج عن طريق الأحداث ، أو الخبر ، أو الصور ، أو الدعاية ، وأخيرًا يكاد يكون نمط التعرف وإمكانية قبول الخبر الجديد أو البضاعة الجديدة متشابهًا . لذا ، فقد قام المنظرون باقتباس أو بحث الانتشار الإبداعى لتهيئة ظروف قبول فكرة جديدة أو سلعة جديدة بحيث يمكن تطبيق نفس الحالات على معرفة وتقبل الأخبار .

وقد قدم (روجيرز – Rogers) فى بحثه حول الانتشار الإبداعى الاعتبارات التالية :

١ – هناك أربع مراحل لاختيار الإبداعات ، هى :

أ – المعرفة .

ب – الإقناع .

ج – اتخاذ القرار

د – التأكيد

٢ – إن أول من يتعرف على الاختراع هم الطبقة الاجتماعية والاقتصادية العليا وهم :

أ – الأكثر انفتاحاً على الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيرى .

ب – من لهم وكلاء «التبادل» الإعلامى .

جـ – أولئك الذين هم أكثر (كوزموبوليتابية) – المتحررون أو أصحاب النظرة العالمية .

٣ – تعتبر بعض الاختراعات غير ذات الأهمية القصوى بالنسبة لأغلب الناس بحيث يرون أنها لاتتناسب مع احتياجاتهم .

٤ – يتوقف اختيار شخص ما لأى اختراع على الموقف العام تجاه التغيير الذى سيحدثه ذلك الاختراع ثم تجاه الاختراع نفسه .

٥ – تتم معرفة الاختراع ثم اختيار هذا الاختراع بعد تجارب يقوم بها بعض الناس بالنيابة عن الآخرين لمعرفة كيفية تأثير هذا الاختراع عليهم .

٦ – لايختار أغلب الناس أى اختراع إلا بعد فترة اختباره أولاً ، علماً بأن الاختراعات التى لاتنجح خلال فترة التجربة تكون نسبة اختيارها النهائى ضعيفة .

٧ – نعتبر كل خطوة فى عملية الاختيار نقطة رفض محتملة .

٨ – هناك ست خصائص للاختراع ، هى :

أ – ميزة هذا الاختراع ومدى نجاحه فى تعويض غيره .

ب – القدرة على الاقتناء .

جـ – مدى انسجامه مع القيم الموجودة .

د – تعقيده أو مدى صعوبة فهمه واستعماله .

هـ - سهولة تجربته .

و - سهولة الملاحظة ودرجة فهم الآخرين لهذا الاختراع .

٩ - لايمكن الاعتماد على الإعلام للتعريف بالاختراعات المعقدة .

١٠ - هناك تأثير للانتشار بحيث إنه بقدر استحسان الاختراع على نحو واسع بقدر استعداد الآخرين أيضًا لقبوله .

١١ - ينقسم الناس إلى طبقات متباينة ففيهم :

- المخترعون ويمثلون ٥ر٢٪ من السكان عامة وهم مجموعة من المغامرين الذين يتلهفون وراء تجربة الأفكار الجديدة .

- المستخدمون الأوائل لهذه الاختراعات ويشكلون ٥ر١٣٪ وهم زعماء قومهم .

- أما الأغلبية (أي ٣٤٪) تتميز بالشك والحذر ، أي لايقبلون شيئًا إلا بعد استحسان ذلك من أغلبية الآخرين .

- وتبقى نسبة ١٦٪ وهي تمثل فئة المتقاعسين التقليديين ، والمهمشين اجتماعياً ، والموجهين محليًا ، ومن ليس لهم رأى قيادى . وانطلاقًا مما سبق ذكره حول انتشار الإبداع ، أكمل التمرين التالى حول استعمال أجهزة الفيديو (VCR) : (ملاحظة : يمكن للمدرس استبدال ذلك ببعض الأشياء أو الاختراعات الأخرى) .

تمرين :

١ - هل تمتلك أنت أو عائلتك جهاز فيديو ؟ .... نعم .... لا .

٢ - إذا كان الأمر كذلك ، فمنذ متى ؟ ....

وسواء أكان عندك فيديو أم لا رجاء أكمل الباقى :

٣ - هل يمكن لجهاز الفيديو :

أ - تسجيل برنامج تلفزيونى على الهواء ؟ نعم .... لا ....

ب - تسجيل برنامج تلفزيونى بواسطة الكبل ؟ نعم .... لا ....

جـ – التسجيل التلقائى أو الذاتى ، عند عدم وجود أى أحد فى البيت ؟

نعم .... لا ....

د – تسجيل برنامجين فى آن واحد ؟ نعم .... لا ....

هـ – التسجيل من محطة وأنت تشاهد محطة أخرى غيرها ؟ نعم .... لا ....

ز – التسجيل فوق شريط عليه تسجيلات سابقة ؟ نعم .... لا ....

٤ – ما هو سعر جهاز الفيديو تقريباً ؟

٥ – ما هو سعر شريط الفيديو فارغًا تقريباً ؟

انطلاقا من معرفتك بأجهزة الفيديو كابتكار تقنى إعلامى ، اكمل الآتى معتمداً على نظرية الانتشار الإبداعى :

٦ – لأجهزة الفيديو مميزات عالية : موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

٧ – تعتبر أجهزة الفيديو فى المتناول عموماً موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

٨ – تتماشى أجهزة الفيديو مع قيم وأخلاق المشاهدين . موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

٩ – تعتبر أجهزة الفيديو معقدة جداً موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

١٠ – تقدم أجهزة الفيديو محاولة تجريبية بسيطة موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

١١ – توفر أجهزة الفيديو نسبة ملاحظة عالية موافق /___/___/___/___/___/___/ غير موافق

١٢ – فى أية مرحلة من الدراسة يمكن أن نتوقع من شخص ما شراء جهاز فيديو ؟

١٣ – تحت أية ظروف يمكن أن نتوقع رفض شخص ما هذا الاختراع (أى الفيديو أو الـ VCR) ؟

١٤ – من هو الشخص الذى يمكن أن يكون أول من يشترى جهاز الفيديو خلال سنة بعد توفره فى السوق (سنة ٢٠٠٠) ؟

١٥ – من يكون آخر من يشترى جهاز الفيديو أو الذى لن يشتريه أبداً ؟

الوحدة (١٩)
جدولة البرامج (الاهتمامات) أو إعداد الخطة

مراجع مفيدة :

Maxwell McCombs and Donald Shaw : "The Agenda-Setting Function of the Mass Media," *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972, pp. (87-176) .

كانت فكرة (جدولة الاهتمامات أو إعداد الخطة) فى السبعينيات الأمر الوحيد الأكثر بحثًا فى نظرية الاتصال الإعلامى . وهذه العبارة ابتكرها (ماك كامب وشو McCombs and Show) ، وقد اعتمدوا فى بحثهم على مقابلات شخصية وتحليل إعلامى للانتخابات الرئاسية لسنة ١٩٦٨م . هذا وقد أشاروا إلى وجود علاقة بين ما يقدمه الإعلام و (المواضيع) التى تجاوب معها الناس اثناء الحملة الانتخابية . وبعبارة أخرى ، فإن الإعلام يبدو كأنه هو الذى يضع جدول اهتمامات الجماهير (أى المواضيع المهمة) .

إن كلاً من ماك كامب وشو لم يقل بأن الإعلام لا يقترح على الناس رأيهم حول المواضيع ، بل يقترح عليهم المواضيع نفسها التى يمكن التفكير فيها . وهذا البحث كان جديداً من نوعه لأن أغلب البحوث السابقة بدأت بافتراض أن الإعلام قد قدم شيئًا ما للبشرية وبالتالى فهى تعتمد على المنهج السلوكى .

ورغم ما عرف به مشروع البحث لسنة ١٩٦٨م من مواطن ضعف (بأن العينة كانت بسيطة وأن النتائج لم توضح ما إن كان الإعلام هو الذى يضع البرامج للناس أم أن الناس هم الذين يضعون برامج الإعلام) . فالفكرة كانت محط إعجاب ، ومنذ أن نشر هذا البحث الأصلى ، تلته مساهمات باحثين آخرين بعشرات الإضافات والتغييرات .

ويبدو أن مسألة إعداد برامج باتت تقاوم اختبار الزمن والبحث كما ظلت تنفلت نحو عالم من المعرفة المقبولة ، وذلك بالرغم من الأسئلة المهمة التى بقيت معلقة .

أما بالنسبة للطالب ، فقد يكون من المفيد الآن إعادة بناء مشروع (ماك كامب – شو) الأصلى ، أو ما يماثله ، بحيث يكون هدف التمرين هو عرض المنهج الإحصائى ثم الفكرة وراء خطة البحث ، أما طريقة البحث فهى طريقة سهلة نسبيًا ، حيث تبنى

على الارتباط المتبادل ، وهى بمثابة تقنية إحصائية تسمح للباحث أن يستنتج بطريقة رياضية العلاقات بين المتغيرات .

فمثلاً هناك علاقة بين الطول والوزن ؛ فالوزن يزيد بزيادة الطول إذ إن العلاقة المتبادلة التى تتراوح ما بين صفر زائد أو ناقص واحد تكون مقياسًا لمدى اختلاف الطول عن الوزن .

وفى حالة عدم وجود علاقة بين الوزن والطول ، تكون العلاقة المتبادلة صفرًا ، أما إذا كانت زيادة الوزن معتدلة بالنسبة لزيادة الطول فالارتباط يكون ما بين (٣٥ر٠ إلى ٦٠ر٠) ، وإذا كان الوزن يزيد مباشرة بزيادة الطول ، فقد تفوق العلاقة الارتباطية (٧٥ر٠) لكنها لن تتعدى (١ر٠) . ولكن قبل أن يقوم (ماك كامب وشو) بإحصاء علاقاتهم المتبادلة ، كان لابد لهم من الحصول على بيانات ، كالتالى :

١ - قاموا باستجواب عينة من الناخبين فى شابيل هيل ، بولاية كارولينا الشمالية ، حيث طلبوا من هؤلاء الناخبين تحديد أهم المواضيع التى شاهدوها فى التلفاز خلال برامج الحملة الانتخابية لعام ١٩٦٨م . ثم طلبوا من هؤلاء المستجوبين ترتيب تلك المواضيع حسب أهميتها بوضع رقم (١) للموضوع ألاكثر أهمية ورقم (٢) للموضوع الذى يقل عنه أهمية وهلم جرًا .

٢ - لقد قام هذا الثنائى بدراسة محتويات المواد الإعلامية التى تقدم : فلقد قاموا بتصنيف وإحصاء لسكان شابيل هيل ، ثم إحصاء وتصنيف القصص الإخبارية فى كل من الجرائد والتلفزيون والراديو .

٣ - قاموا بتحديد المواد الإخبارية الرئيسية والفرعية . فبالنسبة للجرائد ، تكون أهم المواد الإخبارية على صدر الصفحة الأولى ، أو الصفحة ذات الأعمدة الثلاثة أو على شكل عناوين بارزة ، بحيث تكون الغاية هى دراسة الارتباط بين ترتيب الناخبين لأهمية المواضيع وبين ترتيب وسائل الإعلام لنفس المواضيع.

تمرين :

وهكذا يكون الطالب (كما نعتقد) فى وضع أفضل لتقييم نتائج ذلك البحث ، ولنقم

بوضع موضوع للبحث . وسوف لن نطلب منك تلك الصرامة التى يدعو إليها (ماك كامب وشو) ، لذا سنقوم بتفسير النتائج بتحفظ كبير . ومع ذلك يشترط فى التمرين التمعن فى حكمة الفكرة ، كما يشترط فيه على الأقل توفير صورة تقريبية لطريقة أو منهج البحث الأصلى .

جزء (١) :

إما أن يقوم الطلبة بملء الاستبانة التالية أو يقوم بعضهم باستجواب أخرين حسب رغبة المدرس ، علماً بأن درجات الدقة العلمية فى إدارة التمرين قد تختلف وذلك حسب ما يراه المدرس ملائماً .

- الاستبانة -

إلى المجيب :

١- افترض أن هنالك انتخابات (سناتورية) أو رئاسية تجرى فى هذه الأثناء ، ما هى أهم المواضيع الوطنية التى قد تسيطر على الحوار السياسى اليومى ؟ وكلمة - مواضيع - فى هذا الباب تعنى النقاط ذات الأهمية أو النقاط محط الخلاف ، بحيث تكون أجاباتك تجسيداً لما تحسه أنت ، وليس ما تظن أن يحسه الآخرون .

اكتب فى الفراغات التالية خمسة أو أكثر من هذه المواضيع :

....

....

....

....

....

٢ - افترض أن هناك انتخابات محلية جارية لمجلس المدينة ، ما هى المواضيع المحلية المهيمنة على النقاش ؟ فى الفراغات أدناه ، حدد ما تستطيع من مواضيع محلية ذات علاقة بالانتخابات ، إذا كانت انتخابات محلية جارية اليوم .

....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....

٣ - الدراسات الإحصائية : (يمكنك تعديل ما تراه ضرورياً) :

أ - **مستواك** :

الصف الأول .... ، الصف قبل الأخير .... ، صف التخرج ....

ب - هل أنت مسجل للانتخابات ؟ نعم .... لا ....

جـ - ما عضويتك السياسية .... ، جمهورى .... ، ديموقراطى .... ، حر .... آخر ....

د - درجة اهتمامك بالسياسة ؟ قوية .... ، متوسطة .... ، نادرة .... ، لا أهتم بها ....

هـ - ما هى أهم مصادر أخبارك ؟ جرائد .... ، مجلات .... ، التلفزة .... ، الإذاعة .... ، أخر ....

(سؤال اختيارى : مع اقتراب الانتخابات فى أمريكا مثلاً ، اطلب من الطالب تحديد وترتيب أهم مواضيع النقاش ، علماً بأن هذا السؤال له علاقة بالجزء الأول) .

جزء (ب) :

سجل الملاحظات وتحليل المحتويات ؛ إن الاستبانة لها ثلاثة أهداف هى :

١ - للتعريف بالمواضيع العامة .

٢ - لترتيب هذه المواضيع حسب الأهمية .

٣ - لربط هذه المواضيع بما يقدمه الإعلام فى محتوياته .

للإجابة عن النقطة الأولى فالأمر سهل للغاية ، بحيث يقوم الطلبة بحصر المواضيع التى حددها المستجوبون ، وذلك ليكتبها المدرس على اللوحة ، ثم جمع المواضيع ذات العلاقة (وذلك للحد من طول القائمة) بحيث لا تتعدى القائمة النهائية (١٠ إلى ١٥) موضوعاً .

أما النقطة الثانية فهى سهلة أيضاً ، بحيث يشير المدرس إلى كل موضوع على حدة على السبورة ويطلب ممن اختار هذا الموضوع أو ذاك أن يرفع يده . وإذا فرضنا أن الموضوع الذى اختاره أكبر عدد من الطلبة هو الأهم ، ترتب المواضيع الباقية على هذا الأساس .

ملاحظة : يمكن تعديل الاستبانة ، بحيث يطلب من المستجوبين ترتيب مواضيعهم ، وفى هذه الحالة يكون متوسط ترتيب كل موضوع هو أساس الترتيب العام .

النقطة الثالثة صعبة شيئًا ما ، لكن يمكن التغلب عليها ، إذ إننا نود معرفة ما إن كانت البرامج العامة التى نعرفها مسبقًا عن طريق التقرير هى نفس البرامج الإعلامية أم لا ، ولمعرفة البرامج الإعلامية يتم التركيز على الصحافة المكتوبة ، بمساعدة النماذج الرمزية التى تمثل كل موضوع على حدة ، يقوم كل طالب بمعالجة دقيقة لمجموعة مختارة من الجرائد ، بحيث يقوم الطالب بتوثيق حدوث كل حدث على النموذج وبانتهاء الدراسة وتصنيف كل الأحداث تسجل الأرقام .

إذا كانت البرامج العامة هى نفس البرامج الإعلامية ، يكون الموضوع الذى تم تردده فى التقرير هو نفسه المكرر فى الجريدة .

البيان (١٩.١) يوضح العلاقة المتبادلة للبيانات ، أما البيان (١٩.٢) فيبين نموذجاً رمزياً لتحليل ما تقدمه البرامج وهما كالآتى :

البيان (١٩,١) يبين العلاقة المتبادلة للبيانات

المواضيع حسب التقرير مرتبة حسب عدد مرات ذكرها	المواضيع التى جاءت فى الجرائد مرتبة حسب عدد مرات حدوثها
١ - التضخم المالى	١ - الطاقة
٢ - الاشتراكية	٢ - التضخم المالى
٣ - الطاقة	٣ - الاشتراكية
٤ - الجريمة	٤ - الجريمة
٥ - مصاريف الحكومة	٥ - مصاريف الحكومة

ليس هناك تطابق كما تشاهد ، لكن العلاقة المتبادلة قد تكون عالية وذلك لتقارب الفرق فى الترتيب .

بيان (١٩,٢) نموذج رمزى لتحليل محتوى وضع البرامج
مواضيع الحملة الانتخابية التى تم تسجيلها

العناوين : اسم الجريدة تاريخ النشر رقم الصفحة عدد الفقرات عدد الأعمدة (البيئة مثلاً)

==

١ - ....
٢ - ....
٣ - ....
٤ - ....
٥ - ....
٦ - ....
٧ - ....
٨ - ....
٩ - ....
١٠ - ....

==

جزء (د) :

المنهج الإحصائى :

إذا رغب الطالب أو المدرس فى إنهاء التحليل الأصلى ، فإنه يجد أدناه صيغة العلاقة المتبادلة :

D = تمثل فرق العلاقة بين كل علاقتين

n = عدد علامتين

٤ = مجموع المربعات

تفاصيل المنهج الإحصائى :

١ – فى العمود الأول : اكتب قائمة المواضيع حسب ما جاء فى التقرير ، ثم رتبها حسب تكرار الإشارة إليها (انظر بيان ١٩.١) .

٢ – فى العمود الثانى : اكتب قائمة المواضيع حسب ما جاء فى الجرائد ثم رتبها حسب تكرار حدوثها .

٣ – اطرح صف التردد (٢) من صف المواضيع (١) لكل زوجين من المواضيع .

٤ – ضع مربعاً على الفوارق ثم اجمع هذه المربعات ، لتسمى بعد ذلك مجموع المربعات .

٥ – الآن وكما سبقت الإشارة إليه فى الصيغة ، اضرب مجموع المربعات فى (٦) ، بحيث نعود لهذا من بعد .

٦ – احسب $n\ (1\text{-}^2n)$ ، علماً بأن n = عدد زوجى للمربعات ، لذا فإن كان لنا (٧) مواضيع و(٧) ترددات ، فإن n = ٧ .

مثلاً : ٧ X ٧–١ = ٤٨ ، ٧ X ٤٨ = ٣٣٦ .

٧ – بواسطة الصيغة ، اقسم مجموع المربعات ٦ مرات على $n\ (1\text{-}^2n)$.

٨ – تحصل على عدد أقل من واحد ، وكخطوة أخيرة فى الصيغة اطرح ذلك العدد من العدد (١) لتحصل بسرعة على علاقتك التبادلية .

٩ – ادخل rho (العلاقة التبادلية) هنا : ....

١٠ – هل هى ضعيفة ، أو متوسطة ، أو عالية ؟ ....

لما حصلت على البيانات وأنهيت التحليل الإحصائى ، ماذا بحوزتك الآن ؟

حسنًا ، إنها تعنى حسب ما تمت ملاحظته من علاقة متبادلة بأن مجموعة الصفين مختلفان عن بعضهما ، بمعنى أن المواضيع التى اختارها المواطنون كمواضيع قد تكون نفس المواضيع التى ركز عليها الإعلام .

المهم هو أن الإعلام يميل إلى تحديد ما هو مهم وما يجب الحديث عنه . بمعنى آخر ، إن الإعلام يحدد برنامجنا للمواضيع العامة . فى المقابل نجد من يقول إن الإعلام لا يضع البرامج ولكن الناس أنفسهم هم الذين يضعونها، أما الإعلام فيعتمد على التوتر الذى يرغبه الناس . وقد يتساءل المرء من الذى جاء أولاً الدجاجة أم البيضة ؟ ولكن قد يكون هذا هو السؤال المهم . حيث إن أهم ما فى الأمر هو أنه إذا برزت مواضيع أكثر أهمية يتم التركيز عليها بشكل أكبر ، وهى فى الواقع قد لا تستحق ذلك .

وبمعنى آخر ، قد نضيع مواضيع ذات أهمية قصوى ، وفى المقابل فإن برامجنا غالبًا ما تركز على مواضيع لبيع الأخبار . وهذا النقد نفسه سبق وتم توجيهه لحملات سياسية عبر عقود مختلفة ، وبالتأكيد هناك مواضيع سياسية عامة ذات أهمية لكنها لا تتمتع بقدر كافٍ من الاهتمام الإعلامى .

ومن هنا قد نتساءل ، هل الإعلام هو الذى يضع البرامج ؟ (حتى وإن كان الجمهور هو الذى يضع هذه البرامج فيكون على الإعلام اتباعها فقط) .

وهل هذه البرامج صحيحة ؟ وهل هى التى سوف تكون من صالح الشعب ؟ هذا هو السؤال الذى ينتج عن البحث فى وضع البرامج .

الوحدة (٢٠)
فرضية الغرس أو البذر الثقافى

مراجع مفيدة :

Anthony Doob and Glenn E., Macdonald : "Television Viewing and Fear of victimization: Is the Relationship Causal?," *Journal of Personality and Social Psychology,* 37, 1979, pp. (79-170) .

George Gerbner and Larry Gross : "Living with Television: The Violence Profile." *Journal of Communication,* 26, 1976, pp. (99-173)

Michael Morgan : "Heavy Television Viewing and Perceived Quality of Life." ***Journalism Quarterly,*** 61, 1984, pp. (499-504 , 740)

تعتبر نظرية الغرس أو البذر الثقافى من المواضيع الجديدة نسبياً فى حقل نظريات الاتصال الجماهيرى والتى تعالج أو تدرس تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وأفراده . وقد تمت مناقشة النظرية من خلال العديد من المفاهيم المختلفة منها المعايير الثقافية و(الثقافة الشعبية) ، وأخيراً (فرضية الغرس أو البذر الثقافى) . وتؤكد النظرية على أن تأثير وسائل الإعلام هو تأثير دقيق وله قابلية الانتشار مع مرور الزمن حيث تتغير مواقف الناس بناء على المضامين الواردة فى المواضيع المهيمنة والمواد التى تحتويها وسائل الإعلام . ومن الأهمية بمكان التطرق لصحة الافتراض الذى يفيد بأن مستخدمى وسائل الإعلام بشكل مكثف هم أكثر تعرضاً للتغيرات أكثر من أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام بشكل ضعيف .

ولا يعنى هذا الافتراض أن هدف الإعلام هو تغيير الإدراك البشرى ولكنه يتنبأ بأن عقلية مدمنى استخدام وسائل الإعلام سوف تتجه نحو قبول أهم المواضيع والمضامين التى يقدمها . وعلى سبيل المثال ، إذا نظرنا إلى مستجدات تاريخ الموسيقى الغنائية ، نجد أن البحث قد بين أن هذه الموسيقى قد تحولت وبشكل بطىء (منذ أوائل الخمسينات من هذا القرن) من مفاهيم الحب والرومانسية إلى التعبير المباشر عن الفتنة الجسدية ، ثم من الأحلام الخيالية إلى الحفلات ، حيث دفعت إلى اكتشاف الذات والتعبير عنها (عبر المخدرات أحياناً) بالإضافة إلى تأكيد العادات الاجتماعية . وفى هذا الإطار ، فقد تنبأت النظرية أن مستمعى الموسيقى باستمرار هم الذين تابعوا وتجاوبوا مع ما تصوره هذه المضامين الإعلامية .

وهذا القول لا يعني بالضرورة أن هؤلاء المستمعين (الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام) يتصرفون وفقًا لإيحاءات الموسيقى الغنائية . وبالتأكيد فقد تعرف أنت شخصياً الكثير من هؤلاء المدمنين على استماع هذه الألوان من الموسيقى لكنهم مستمعون غير منحرفين . وهناك طريقان لرؤية هذه المشكلة ، أحدهما له علاقة بالاحتمالات ، فلنفترض أن هناك عدداً كبيراً من السلوك المنحرف ليس له علاقة بوجود الحوافز الدافعة إلى ذلك . ويبرز السؤال المطروح أمام الباحث كالتالى : هل عدد هذه السلوكيات الواقعة أكبر مما قد يحدث عن طريق الصدفة المجردة فقط ؟ وهل يمكن أن نرجع سبب الاختلافات إلى حافز افتراضى ، أم إن هناك احتمالات أخرى منافسة و معقولة ؟ .

وبكل بساطة ، هل يمكن اعتبار تعاطى الشباب للمخدرات نتيجة إقبالهم على الموسيقى الغنائية ؟ أم إن ذلك يرجع إلى عوامل اجتماعية أخرى ؟ .

أما إذا نظرنا إلى تأثير الثقافة الإعلامية من زاوية أخرى ، فإننا نجد هناك عامل التغيير التدريجى ، وقد نتفق جميعًا بألا نتصرف بطريقة جديدة فقط لأنها مفروضة ، لكن إذا تم انتشارها أو نشرها (كما يفعل الإعلام) فإنها تصبح ذات صبغة شرعية كما لو يظن الواحد منا أن ذلك أمر مشروع فتجده يقول : (هذا أمر مباح لأنى سمعته أكثر من مرة وهناك أناس آخرون يسمعون نفس الشىء) .

خلال العشر سنوات الأخيرة أصدر (جورج جورنبرج – Gorge Gernberg) من مدرسة (انينبرج – Annenberg) للاتصالات بجامعة بنسليفانيا عدداً من المقالات حول برامج العنف فى التلفزيون وأثرها على مستخدمى التلفزيون بكثرة [1] . وقد جاء فى هذا البحث – وهذا لايعنى بأن جميع الباحثين يتفقون معه – أن من يشاهد التلفزة بكثرة ولمدة أربع ساعات أو أكثر يعتبر أن العالم أكثر شراً وذلك على عكس أولئك الذين هم أقل مشاهدة للتلفزة . إذ إن تركيز الدراما التلفزيونية على الشرطة ونشاطات تنفيذ الأحكام جعلت من مشاهدى التلفزة بشكل مكثف يسلمون بالمواضيع المختلفة التى يشاهدونها .

قد يغالى هؤلاء المشاهدون فى تقدير نسبة العاملين على تنفيذ القانون مما يجعلهم يضعون احتمالات إمكانية مشاركتهم فى بعض نشاطات العنف المستقبلية ، هذا بالإضافة إلى عدم ثقتهم فى الآخرين .

(1) Goerge Gernberg, M. Jackson-Beeck, S. Jefferies, and N. Signorielli : "Cultural Indicators: Violence Profile No., 9, " *Journal of Communication* 28, 1987, pp. (176- 207)

إن فكرة (السلوك الثقافى) أو (الاستزراع الإعلامى) تبلور نظرية إعلامية قوية بحيث تعطى قوة كبرى للإعلام رغم أن التأثير فى هذه الحالة يكون فى المواقف المترتبة عبر الزمن ، وإذا سلمنا بالتأثير الإعلامى على الناس ، فإن بإمكاننا التنبؤ بمسئولية الإعلام عن التحولات الدقيقة فى الموقف عبر الزمن . وبعبارة أخرى، فإن (ما ترى هو ما تأخذ) . كما يمكننا التنبؤ أيضًا بأن تقلب الاتجهات أو المواقف قد يبنى على الإرضاء النفسى ، والحرية الشخصية بشرط ألا تتدخل بعض القوى الأخرى فى تغيير المواضيع التى نحن بصدد مشاهدتها والتى يركز عليها الإعلام . ويمكن على أية حال الاعتماد على الإعلام فى تغيير المواضيع الاجتماعية .

وعلى سبيل المثال ركز الإعلام فى السنوات الأخيرة على عدد الشواذ فى أمريكا ، حيث بدأت هذه التغطية فى التقارير الأخبارية لتشمل بعد ذلك الكوميديا والدراما .

- مظاهر المجتمع الحديث -

النساء العاملات	سوء معاملة الطفل
الرعاية الطبية	الطلاق
الكمبيوتر (التقنية الحديثة)	الضرائب
الأحزاب السياسية	مساوئ الكحول
اتحادات العمال	البرلمان
المدارس الابتدائية	الدين
المدارس الثانوية	العائلة
الطاقة النووية كمصدر وقود	الحياة فى المدينة
الرياضات الاحترافية	الجيش
دور الحضانة	القنبلة النووية
البيئة	الإعلام
السجون	الوجود الأجنبى غير المشروع
الأطباق الفضائية المجهولة	سلامة الطريق

اختر ستة من مظاهر المجتمع الحديث المكتوبة أعلاه التى قد تراها مقياساً كبيراً يجسد اختلاف المواقف . باعتبار أن اختيار العينة على المستوى الوطنى من الجماهير عملية عشوائية . بعد ذلك ، حاول أن تعكس آراء المدمنين على الإعلام مع أولئك الأقل استعمالاً له .

عندما تختار المواضيع الستة التى تظن أنها توضح الفرق بين نوعين من المشاهدين سجل الدرجة التى كانت تعتبر فى الماضى مسألة تصوير الشذوذ من باب السخرية ، لكن مع ظهور نظرية التثقيف الذى أصبح المشاهد الغربى يتسامح بشكل قوى مع مثل هذا الموضوع .

تمرين :

جزء (أ) :

بعد دراسة نظرية الغرس أو البذر الثقافى ، كما تم التعبير عنها أعلاه ، اكتب فقرة حول مواقف الشعب الأمريكى تجاه الزواج بناءً على تأثير الإعلام الكثيف خلال السنوات العشرين الأخيرة . هل تستطيع إعطاء حالات (أدلة قوية كحقائق وتقارير) وليس فقط تخمينات عن تغيير المواقف تجاه الزواج كعرف فى إطار نظام اجتماعى ؟ وهل يمكن اعتبار نظرية الغرس أو البذر الثقافى نظرية صحيحة ؟ .

جزء (ب) :

خذ بعين الاعتبار المؤسسات الاجتماعية أو مقومات المجتمع الحديث المصنفة أسفله ثم أتمم التمارين التى تليها .

بعض مؤسسات المجتمع الحديث

المرأة العاملة	اغتصاب الأطفال
الرعاية الصحية	الطلاق
الحاسب الآلى(التكنولوجيا)	الضرائب
الأحزاب العمالية	الكونجرس
الأحزاب السياسية	الإدمان
المدارس الابتدائية	الديانة
الثانويات	العائلة
الطاقة النووية كمصدر	الحياة الحضرية
الألعاب الاحترافية	الجيش
دور العجزة	القنبلة النَووية
المناخ	الاتصال الجماهيرى
السجون	المقيمون الشرعيون
الأطباق الطائرة	القيادة السَليمة

اختر ستة عناصر من القائمة أعلاه التى تظن بأنها تعطى أفضل مقياس لاختلاف المواقف و تضاربها إن أخذت عينات من المجتمع الأمريكى .

بعد ذلك قارن بين آراء مستخدمى وسائل الإعلام بشكل دائم ومن لا يستعملها إلا نادراً .

عندما تنتهى من اختيار العناصر الستة ، سجل المدى الذى يعطيه كل نوع من تلك العناصر على المقياس التالى :

إيجابى جداً /_____/_____/_____/_____/_____/_____/ سلبى جداً

وفى العمود المخصص ، حاول أن تضع عدد الدرجات (كما هو موضح فى المثال) التى تظن أن كل مستخدم للإعلام قد يعطيها للمواضيع التى ذكرت فى الفراغات أدناه :

الموضوع	مستخدمو الإعلام بشكل كثيف	مستخدمو الإعلام بشكل خفيف
١ –	....	....
٢ –	....	....
٣ –	....	....
٤ –	....	....
٥ –	....	....
٦ –	....	....

اكتب أدناه بعض أسباب اختيارك للموضوعين الأولين :

١ – ....
....
....
....

٢– ....
....
....
....

جزء (ج) :

فضلاً أجب عن الأسئلة التالية ، ولا تناقش أجوبتك مع زملائك فى الفصل ، الأجوبة يجب أن تكون لك وحدك :

١ - فضلاً قدر عدد الساعات التى تقضيها فى مشاهدة التلفزة فى اليوم . (تقديرك إلى أقرب من نصف ساعة فما فوق) :

٢ - عندما تشاهد التلفزة ، هل لك برنامج معين تفضله ؟

اختر من القائمة التالية :

أ - الدردشة	هـ - الرياضة	ط- الأخبار/الطقس
ب - السينما	و - المسرحيات	ى - ليس هناك أى تفضيل .
جـ - الأفلام الدرامية	ز- الألعاب	
د - الحوار	حـ - أخرى	

إذا كنت قد اخترت (أخرى) ، فضلاً حدد : ....

٣ - هل تشاهد التلفزة غالبًا فى (إذا ما كنت تشاهدها ظهرًا) :

أ - الصباح : (من الساعة ٠٠ : ٦ إلى الساعة ٠٠ : ١٢ ظهرًا)

ب - الزوال : (من الساعة ٠٠ : ١٢ إلى الساعة ٠٠ : ٦ مساءً)

جـ- المساء : (من الساعة ٠٠ : ٦ إلى الساعة ٣٠ : ١١ مساءً)

د - أواخر الليل : (من الساعة ٣٠ : ١١ إلى الساعة ٠٠ : ٦ صباحًا)

٤ - فضلاً اذكر جنسك : ذكر .... أنثى ....

والآن نود أن نسألك بعض الأسئلة عن ملاحظاتك حول إمكانية العنف فى حياتك اليومية .

١ - إلى أى حد يمكن أن تتفق مع القول بأن (أغلب الناس يمكن أن نثق فيهم ؟) (الجواب من الخيارات التالية) .

- أتفق جداً
- أتفق
- لست متأكداً
- لا أتفق
- لا أتفق أبداً

٢ - ما هى احتمالات مشاركتك فى بعض أنوا ع العنف فى أى يوم من الأيام ؟

أ - حوالى (١ من ١٠) . د - حوالى (١ من ٧٥) .

ب - حوالى (١ من ٢٥) . هـ- حوالى (١ من ١٠٠) أو أكثر .

جـ- حوالى (١ من ٥٠) .

٣ - ما هي احتمالات سقوطك ضحية اعتداء لكونك تمشى وحدك فى منطقة قريبة منك ؟

أ- حوالى (١ من ١٠) د - حوالى (١ من ٧٥)

ب - حوالى (١ من ٢٥) هـ- حوالى (١ من ١٠٠) أو أكثر

جـ- حوالى (١ من ٥٠)

٤ - إلى أى مدى يمكن اعتبار الأطفال فى مدينتك آمنين ؟

أ - .... آمنون إلى أبعد حد د - .... غير آمنين

ب - .... مرتاحون هـ- .... غير مرتاحين قطعاً

جـ- .... مرتاحون إلى حد ما

إذا كنت نزيهًا فى أجاباتك عن هذه الأسئلة ، فقد تهمك مقارنة ملاحظاتك مع ملاحظات زملائك ، وكذا العلاقة المتواجدة (كما يزعم جورنبرج) بين الإدمان على استخدام الإعلام والملاحظات ذات الخطر الكبير ، وسوف يقوم مدرسك بعرض النتائج .

الوحدة (٢١)
الاستخدامات أو الاستعمالات وتلبية الحاجيات أو الرغبات

مراجع مفيدة :

Elihu Katz, Michael Gurevitch, and Hadassah Hass : "On the Use of the Mass Media for Important Things," *American Sociological Review*, 38, 1973, pp. (81-164) .

تعتبر (الاستعمالات و المكافآت) مجال النظرية الذى يحتوى على نطاق واسع من الأفكار والتساؤلات حول لماذا يستخدم الجمهور الإعلام وكيف ؟ وبدلاً من أن نتساءل عن ماذا يقدمه الإعلام للجمهور ؟ (كما بينت ذلك الدراسات ، عبر السنين ، تأثير الإعلام على الجمهور) ، فقد تساءل الباحثون عن ميدان استخدام وسائل الإعلام والعواقب الناتجة عن ذلك .

من البديهى أن يحقق الجمهور بعض رغباته عن طريق استخدامه لإحدى وسائل الإعلام ، لكن ليست كل احتياجات وطلبات الناس واضحة المعالم ومعروفة ، غير أن نظرية الاستخدام وتلبية الرغبات تفترض بأن للجمهور وسائط من بين العديد من وسائل الإعلام والرسائل الإخبارية وأن ذلك الاختيار يلبى ميوله أو رغبته الشخصية .

وتتضح قيمة نظرية الاستخدام والرغبات إذا ما عرفنا احتياجات الجمهور ، عند ذلك يسهل على الإعلام تلبية هذه الرغبات ، وللأسف فإن الأبحاث قد أثبتت بأنه لا يوجد هناك أى شىء سهل للتعرف على حاجيات الأفراد .

ولقد توصل الباحثون إلى أن الناس يجدون صعوبة فى التعبير عن الخدمات التى يقدمها الإعلام للجماهير . وإذا سأل أحدهم لماذا تشاهد التلفزيون فإنه من المتوقع أن يقول : (أشاهد التلفزيون لأننى أحب برامجه) . الجواب يبدو صادقًا ، لكنه لا يصل الحافز أو الدافع الداخلى ولا يبرر تحقيقًا دقيقًا على أنهم غير قادرين على تسمية أى حدث إخبارى يودون متابعته .

عادة يلجأ الناس إلى استخدام وسائل الإعلام لأسباب متعددة ، وليس لسبب واحد فقط ، فمثلاً يقرأ الشخص عن الحملات الانتخابية لمعرفة المرشحين ولكى يستعد هو

نفسه للتصويت ، كما يقرأ كذلك لمعرفة القضايا التى تهدده وكذا التغييرات التى لها تأثير على أسلوب حياته أو أى تحولات أخرى مستقبلية . هذا بالإضافة إلى أنه من الصعب على الإنسان تجنب أخبار الحملة الانتخابية أو السياسية إذا كان يستخدم وسائل الإعلام . لذا فإن بعض استخدام وسائل الإعلام (وبعض المعرفة) هى أمور **عرضية بحتة** ، وإنه من الراجح أيضًا أن يناقش الإنسان أخبار الانتخابات مع أصدقائه وعائلته ، لذا يتحتم عليهم متابعة الأخبار حتى تتكون لديهم تعليقات إخبارية ، وأى سبب من هذه الأسباب يا ترى يمكن اعتباره ذا أهمية قصوى فى حضور حملة إعلامية ؟ .

لقد توصل الباحثون إلى أن الناس تميل إلى إعطاء أسباب معروفة لاستخدام وسائط الإعلام ، كما أن ردود أولئك الذين تم استجوابهم من الممكن أن تكون أجوبة تحت نوع من التحفظ ، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بالأمور السياسية ، مثلاً (متابعة الأحداث الإخبارية) . لكن هؤلاء يعجزون أحيانًا عن تحديد هذه الأحداث الإخبارية التى يودون متابعتها .

إن أبحاث استخدام وسائط الاتصال وتلبية الرغبات قد حاولت أيضًا تحديد ما إذا كانت هذه الرغبات صفة من صفات الإعلام . فلقد أوضحت بعض الدراسات أن الإعلام المكتوب يستخدم للمعلومات بينما الإعلام الإذاعى (الراديو والتلفزيون) يستخدم للتسلية . كما أن هناك دراسات أخرى أثبتت أن نوعى الإعلام يتم استعمالهما بطرق مختلفة ، الأمر الذى يقلل من خصوصية الرغبة لدى مؤسسات الإعلام .

ورغم كون البحث فى وسائط الاتصال وتلبية الرغبات يتعرض فى بعض الأحيان للانتقاد لأنه غير نظرى ، فإنه المنطق والتجربة الشخصية يوحيان بأن الناس ترى فى الإعلام وسيلة اتصال تلبى احتياجاتهم فى هذا الميدان . وسوف نحاول أن نبين فى التمرين التالى مدى تأثير فكرة التلبية هذه .

تمرين :

تأمل فى استخدامك لوسائل الإعلام ثم ضع أجوبتك فى الفراغات التى تلى ذلك ، واذكر الأسباب التى تجعلك تلازم كل واحدة من تلك الوسائل . فبدلاً من أن تكتفى

بالقول إنك تسمع الراديو من أجل الموسيقى ، اذكر الرغبات التى يمكنك الحصول عليها وأنت تستمع إلى ذلك اللون من الموسيقى . حاول أن تتخذ نفس الأسلوب بأفقه الواسع وطبقه على وسائل الإعلام الأخرى المشار إليها أسفله .

الصحف :

(مثلاً : اقرأ الجريدة كى أتأكد وأطمئن أن العالم لازال آمنًا) .

- ....
- ....
- ....

التلفزيون :

- ....
- ....
- ....

الراديو :

- ....
- ....
- ....

السينما :

- ....
- ....
- ....

المجلات :

- ....

- ....

- ....

البيانات :

- ....

- ....

- ....

الكتب :

- ....

- ....

- ....

عندما تنتهى من المراجعة افحصها مرة أخرى لتحديد ما إذا كان هناك تكرار تحت نفس الوسيلة (لأنه من المحتمل جداً أن تعرض نفس الرغبة لأكثر من وسيلة واحدة) .

سيتولى مدرسك بعد ذلك هذا العرض انطلاقاً من هذه النقطة ليضع لائحة لمجموع الرغبات التى أشار إليها الطلبة فى الفصل . قد يرى المدرس أن يتم تدوين كل رغبة على حدة (كسبب لاستعمال الإعلام) وذلك على اللوحة و / أو يذكر الرغبات التى سبق ذكرها من طرف أفراد الفصل .

الوحدة (٢٢)
التعايش

مراجع مفيدة :

Warren Breed, : "Social Control of the Newsroom," *Social Forces,* 33, 1955, pp. (35-326) .

Steven H., Chaffee, L. S. Ward, and Leonard P., Tipton : "Mass Communication and Political Socialisation," *Journalism Quarterly,* 47, 1970, pp. (59-647) .

غالبًا ما ننظر إلى السلوك بمعزل عن مفهوم عملية التعايش الاجتماعى ، ونحن بهذا التصرف نشبه إلى حد كبير الشخص الذى لا يستطيع أن يرى الغابة لكثرة الأشجار ، ولذلك يجب علينا أن نتوقف قليلاً لنتأمل كيف ستكون الحياة بدون تسلسل التنظيم الاجتماعى . وبدون الاعتبار لأى شخص نسعى إلى كل ما يتيح لنا البهجة والرضا كلما وحيثما سنحت الظروف . وهذا مدفوع بالغريزة عند كل البشر دون استثناء إلا أن معظم هذه الرغبات غير ظاهرة للعيان ولولا ذلك لكان سلوكًا غير مقبول اجتماعيًا .

ولحسن الحظ إننا تعلمنا عبر مسيرة التاريخ أنه بإمكاننا تحقيق أكبر قدر من رغباتنا بالعمل الجماعى وليس بالعمل الفردى . ولقد تبين أن عمل الجماعة يتمتع بقوة أكبر من العمل الفردى ، وعمل البشر عبر القرون على إعادة صياغة أساليب العمل الجماعى وحتى اليوم لازلنا نعايش قواعد وأسس اجتماعية تشبه الغابة إلى حد ما فى عمقها وصعوبة استجلاء مكنوناتها . وتبدو هذه القواعد ثابتة بل ويمتد تأثيرها إلى كل السلوكيات . وعلى سبيل المثال ، فإننا نحاول جاهدين عدم إحراج الآخرين حتى ولو كنا نحن على حق ، إلا فى حالة تجاوز سلوك ما بعض الحدود (فقد يكون فلان قذر الجسم أو الثياب ، لكن تبقى تلك مشكلته هو وعليه حلها) . وهناك مثال آخر ، فنحن نحدد ألوانًا وأنواعًا معينة لملابسنا فى أوقات محددة ، ففى الحداد مثلاً لا نلبس ألوانًا صارخة ، ونرتدى ربطة عنق سوداء مع بدلة بعد السادسة مساءً وإلى غير ذلك . ونحاول أن نظهر شيئًا من الاختلاف فى مناسبات معينة كالعيد وما شابهه . ويتمتع معظمنا بمهارة فائقة فى هذا الشأن بالرغم من أن هذه القوانين والأسس ليست مكتملة أو مكتوبة أو مفروضة بشكل رسمى .

وهذا يجرنا إلى سؤال مهم وهو: إذا كانت هذه القوانين غير مدونة بشكل متقن مما يسهل عملية تطبيقها فكيف نتعلمها إذًا ؟ . بل كيف انتقلت إلينا من جيل لآخر ؟ . ومن هم المعلمون الذين نقلوها ؟ .

ونحن نتعلم عناصر البناء الاجتماعي من خلال عملية تسمى التعلم الاجتماعى أو (التعايش) . ويعتبر هذا المصطلح مقنعًا وفعالاً لأنه يشير بشكل ضمنى إلى قواعد السلوك الاجتماعى والسياسى . ولقد عرف أحد الفلاسفة اليونان الساخرين مفهوم التعايش بأنه (اندماج الفرد فى النظام) . وبعبارة أخرى (التكيف مع النظام الاجتماعى) . وقد يكون التعايش بسيطًا فى المفهوم كالأشياء العادية التى يمكن ملاحظتها ، مثل : عدم التحدث بين الأشخاص فى المصعد عند معظم الناس ، ولذلك يعتبر سلوكًا غير مقبول اجتماعيًا (فى بعض البلدان) ، كما أن التعايش قد يكون عملية مباشرة كتقليد سلوك الأصدقاء والأقرباء .

وقد تكون بعض قواعدنا الاجتماعية مدونة أو مكتوبة مثل : التشريعات القانونية الخاصة بالبناء الاجتماعى ، لكن معظم القوانين أو القواعد الاجتماعية الأخرى غير مدونة ولكنها فعالة وديناميكية وفى حركة مد وجزر تبعًا لحكم الحياة اليومية .

ومرة أخرى ، كيف نتعلم هذه الأشياء ؟ هذا مهم جداً لأننا نحتاج إلى معرفة عملية التعلم نفسها ، فهناك إيحاءات لتلك السياسة ؛ فإذا كنا نأخذ ما نتعلمه عن التلفزيون ثم لم يعجبنا السلوك المعروض ، فهل يجب علينا آنذاك أن نقوم بتقويم ذلك النموذج من السلوك ؟ .

تشير نظرية التعلم إلى أننا نتعلم بواسطة ربط الأشياء غير المعروفة بالأشياء التى سبق معرفتها ، وذلك من خلال طريقة الربط السببية التقليدية أو المنفعية الوقتية . وبمعنى آخر : نحن نتعلم بواسطة ربط الأشياء التى نتعلمها ببعض رغباتنا أو مصالحنا ، وبنفس المأخذ نستطيع القول بأن الناس يتعلمون من وسائل الإعلام بشكل أفضل بطريقة الربط تلك .

وهذا يضم فكرة (القدوة) . فلنفرض مثلاً أننا عندما نشاهد أحد أبطال الأفلام فى فيلم سينمائى وفى مشهد مثير يحاول فيه أن يتخطى حواجز الشرطة التى وضعت

أمامه على الطريق ، فإن ارتباط البطل بالسلوك قد يبدو مقبولاً بالنسبة لنا ، ذلك لأننا نتمنى أن يتم البطل مشواره ولو كان ذلك خرقًا للنظام .

ونحن بالطبع لا نقتدى بكل شيء نشاهده ، كأن نكون أحد قطاع الطرق مثل (بتوتش) و(ساندس) : (وهما من أشهر قطاع الطرق فى أفلام الغرب الأمريكى) . وربما فعل البعض ذلك ، وأحيانًا نتعلم أشياء من تكرار النموذج كأن نصوت لحزب معين كتقليد عائلى ، أو نشترى سيارة ذات طراز معين لأنه سبق لنا استخدام نفس الطراز فى الماضى .

ولذلك يتبادر إلى الذهن سؤال مهم هو : هل التعلم الاجتماعى عن طريق (القدوة) عبر وسائل الإعلام هو المسئول عن خرق النظام الملاحظ فى بعض المجتمعات ؟ . من الواضح أن البعض لا يرتكب الأخطاء لأنه فقط شاهدها فى وسائل الإعلام . ولكن مثل هذه الأخطاء قد تترك أثرًا فى النفس يجعل البعض يرتكبها تحت ظروف معينة كحب الظهور والشعور بالنقص ، إلخ .

ونظرية التعلم الاجتماعى - بأبسط تعريف لها - تشير إلى أن التقليد النموذجى يحدث من خلال عملية لفت الانتباه إلى النموذج وتكرار الصورة كى يتم الاحتفاظ بها ذهنيًا ، والقدرة على محاكاة النموذج ، وكذلك الدافعية لأداء نفس السلوك ، هذا إلى جانب إغراء القيمة العلمية للسلوك ، والصفات الشخصية ، والخلفية التاريخية بالنسبة للمشاهد أو المتابع ، ولذلك فهى نظرية معقدة تلك التى تقول إن بعض الناس يقومون بمحاكاة سلوكيات مشاهدة أو ملاحظة تحت ظروف معينة [١] .

إن معظم النقاشات السابقة قد بسطت التعلم الاجتماعى (المشاركة فى نشاط ما) على ضوء الخلل الوظيفى . ولكن مادام بإمكاننا تعلم الأشياء السيئة عبر وسائل الإعلام ، أليس بإمكاننا تعلم الأشياء الحسنة ؟

وتعرف عملية التعلم البناء بعملية ما قبل التعايش ، وهناك بعض الدلائل التى تشير إلى أن الأطفال يتعلمون الأشياء الحسنة من وسائل الإعلام . وعلى سبيل المثال تنمو

(1) For a Detailed Examination of the Theory, See Albert Bandura : *Social Learning Theory*, (Englewood Cliffs , N.J : Prentice - Hall, 1977) .

معرفة الشباب وتزداد ثقافة صغار السن فيما يتعلق بالمسائل العامة ، كما تساهم وسائل الإعلام فى تطوير المهارات اللغوية والوعى الاجتماعى .

وهناك بعض التخوف فيما يتعلق بتأثير وسائل الإعلام على الأطفال وخصوصًا التلفزيون حاليًا - وكتب الخيال العلمى سابقًا - وذلك بإيجاد رؤية غير واقعية للحياة . وهناك قضية حظيت بتغطية إعلامية واسعة حول صبى أدمن على مشاهدة التلفاز بصورة غير طبيعية لدرجة أن هذا الغلام كان يتصرف بطريقة غريبة وشاذة لأنه يقضى معظم وقته فى متابعة البرامج الصباحية غير الواقعية . ولذلك نتمنى ألا يكون هناك العديد من مدمنى التلفاز بيننا .

ولقد أشرنا إلى بعض هذه التصرفات فى الوحدة (٢٠) المتعلقة بنظرية الغرس أو الحرث الثقافى ، وهذه النظرية تفترض أن التلفاز له دور فى عملية تشكيل نظرة الفرد للعالم وهذه النظرة قد تكون إيجابية أو سلبية . ويبدو أن البعض منا - وخصوصًا أولئك الذين ليس لديهم تصور كاف عن العالم الخارجى ، والذين تكمن متعتهم فى متابعة مشاهد العنف - يستنتجون أن الحياة أصعب أو أقل أحيانًا مما هى عليه فى الواقع .

وأخيرًا هناك بعد آخر للتعايش ، هو التعايش السياسى الذى يشمل الأسرة والمدرس ومجتمع الأقران ، وكذلك وسائل الإعلام . والعنصر الأخير (وسائل الإعلام) تمت دراسته بشكل متميز فى السنوات الأخيرة . وإذا كانت الأخبار السياسية بطبيعتها لا تضيف شيئًا للمشاهد ، وذلك فيما يتعلق بالأخبار الشخصية إلا أننا نتأثر بها سلبًا أو إيجابًا دون أن نشعر بذلك ، وطرح هذه القضية لا يعنى رفضها من حيث المبدأ ولكنها جديرة بالنقاش .

تمرين :

جزء (أ) :

حدد شخصية سياسية مفضلة لديك - ويفضل عدم معرفتها شخصيًا ولكن تعرفها عن طريق وسائل الإعلام أو أى وسيلة أخرى ، حاول أن تتذكر بالتفصيل كيف بدأت تعجب بهذه الشخصية ؟ .

١ – هل هذه الشخصية تنتمى إلى نفس التوجه الحزبى أو السياسى مثل معظم أفراد أسرتك ؟ .

–

٢ – هل تعتبر تلك الشخصية مطابقة لتوجهاتك الحزبية أو السياسية ؟

–

٣ – أى الخاصيات تعجبك أكثر فى هذه الشخصية ؟

–

٤ – قد يعجب آخرون نفس الشخص لأسباب متباينة ، وما الذى جعلك تؤكد على الخاصيات التى ذكرت ؟

–

٥ – هب أن تلك الشخصية سواء كانت ديمقراطية ، أو جمهورية ، أو أخرى تعكس ميولك أو فلسفتك فى حقل اهتمام تلك الشخصية ، فكيف تطورت لديك تلك الفلسفة ؟ هل لعبت المدرسة والمقررات والمناهج ، أو أى مظهر من مظاهر المؤسسة دوراً كبيراً فى تغيير نظرتك إلى السياسة ؟ .

جزء (ب) :

الأصدقاء : هل تستطيع القول إن أصدقاءك من المرحلة الابتدائية فأعلى كان لديهم وعى سياسى ؟ إذا كان الأمر كذلك ، فهل تتوقع أنه كان لهم أثر على تشكيل فلسفتك ؟ .

جزء (جـ) :

الوالدان والأخوة و الأخوات : هل كانت القضايا السياسية تناقش فى المنزل ؟ . هل كنت تحظى بالتشجيع اللازم لمناقشة تلك القضايا ؟ هل كانت النقاشات تنطلق من الافتراض الذى يقول إن السياسة بطبيعتها إما جيدة أو سيئة .

جزء (د) :

الإعلام ، الصحافة ، الراديو ، التلفزيون : أى هذه الوسائل كان له الأثر الأكبر فى تشكيل الوعى السياسى لديك ؟ هل كانت هناك رغبة فى مناقشة الأمور السياسية فى

المنزل ؟ هل كانت الأسرة تشاهد الأخبار المسائية أم تتابع الصحافة بشكل يومى ؟ وكم كان عمرك عندما بدأت تتابع الأحداث العامة فى الصحافة ؟ .

جزء (هـ) :

أخرى :

-

-

-

-

والآن نلقى نظرة على التعايش غير السياسى . اكتب فيما يلى ما تراه حول الأسئلة التالية بشكل مختصر :

١ - مَنْ الشخصية التى كنت تعتبرها قدوة بالنسبة لك خلال مرحلة الطفولة ، أى من الثالثة حتى الثانية عشرة من العمر ؟ هل كنت تقضى معظم وقتك مع والديك ، أو أحدهما ، أو مع بعض الأطفال ، أو مع أحد الأقارب ؟ . ربما كان لذلك الشخص أثر كبير فى تكوين شخصيتك .

-

-

-

-

-

٢ - من هى الشخصيات الهامة التى كان لها تأثير عليك أثناء مرحلة المراهقة ؟ هل بالإمكان أن يكونوا (الوالدين ، الأقارب ، الأقران ، المدرسين ، مكان التعبد .. إلخ) .

-

-

-

-

-

٣ - ما هى النشاطات أو الهوايات التى كنت تفضلها فى الماضى ؟ وكيف تطورت حتى أصبحت على ما هى عليه الآن ؟ كإصلاح الأشياء الإلكترونية ، أو الرسم أو ما شابه ذلك ؟ .

-

-

-

-

-

٤ - كيف كان اهتمامك بوجهة نظر الآخرين حول قضية معينة ؟ . هل كنت بالغ الحساسية لما يقوله الآخرون حول قضية معينة تساهم فى مفهوم التعايش لديك ؟ .

-

-

-

-

-

٥ - هل حاولت تغيير سلوكياتك لتقليد بعض الأشخاص المهمين فى حياتك كالوالدين مثلاً أو الأقران ، أو الشخصيات البارزة عبر وسائل الإعلام ؟ .

-

-

-

-

-

٦ - ما هو مفهومك لكل من عملية التعايش ، والتقليد ، والتعايش السياسى ؟ . هل تتوقع أننا نعطى التلفزيون أهمية قد لا يستحقها فيما يتعلق بعملية التأثير ؟ . هل نحن نعطى الأفراد أهمية أقل مما يجب فيما يتعلق بصواب الحكم ؟ .

-

-

-

-

-

الوحدة (٢٣)
التوجيه المماثل /المشترك

مراجع مفيدة :

Steven H., Chaffee and Jack M., McLeod : "Sensitization in Panel Design: A Co-orientation Experiment," *Journalism Quarterly* 45, 1968, pp. (90-661) .

Daniel B., Wackman, "Interpersonal Communication and Coorientation," *American Behavioral Scientist* 16, 1973, pp. (50-537) .

قدم (تشافيه – Chaffee) و(ماك لود – McLoad) مصطلح (التوجيه المماثل) فى الستينيات الميلادية . ويرتبط هذا المصطلح بالتوجيه المتوافق زمنيًا مع المفاهيم و المواضيع والأشخاص . وقد تناولت معظم الأبحاث التى أجريت فى الماضى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وخاصة التأثيرات المتعلقة بعملية الإقناع .

ويقترح مفهوم (تشافيه وماك لود) بطريقة منطقية جداً بأنه إذا أراد شخص (أ) إقناع شخص (ب) ، فإنه يتحتم على شخص (ب) أولاً وقبل كل شىء أن يفهم الرسالة نفسها ، ويصبح ذلك الفهم متميزًا عندما تكون عملية التوجيه لكلا الطرفين متساوية ومتقاربة جداً فيما يتعلق بأساليب وطرق الاتصال .

فإذا أردت أن تقنع شابًا بعدم تناول الأدوية بدون وصفة الطبيب ، فمن هو الشخص المناسب للقيام بعملية الإقناع تلك ؟ . هل تحتاج إلى رجل أعمال ذى معرفة ثانوية بالأدوية ؟ أم تحتاج إلى شخص عادى حكيم يستخدم نفس المستوى اللغوى لذلك الشاب ؟ يفترض أن يكون الشخص الأخير هو الشخص المناسب لهذه المهمة ، هل يعنى ذلك أن الشخص (الموجه) سيكون ناجحًا دائمًا فى تقديم ما لديه ؟ . الجواب لا طبعًا . وبدون شك سيعتمد ذلك على نوعية الموضوع نفسه ، وشخصية الموجه ، وشخصية السامع أيضًا ، وربما بعض العناصر الأخرى . ولذلك فإن دراسة التوجيه المماثل تهدف إلى البحث عن علاقة منظمة بين العناصر المتقاربة .

تمرين :

فيما يلى عشر مسلمات حول بعض حالات الفرص المتاحة ، والممارسات الموجودة فى منطقتك . راجع كل واحدة من هذه المسلمات فى التمرين التالى ثم اكتب وجهة نظرك ؟ هل أنت موافق أم غير موافق وإلى أى درجة ؟ هل أنت موافق أم موافق بشدة ؟ ... إلخ .

١ – يقود الناس سياراتهم فى المدينة التى يعيشون فيها بحرص وعناية واعتبار للآخرين ؟ .

٢– من الصعب جداً تحديد أماكن الوقوف فى هذا المجمع .

٣ – يمكن معرفة مدى وفرة المطاعم الجيدة محليًا إذا حاول الشخص الانتباه إلى ذلك فقط .

٤ – الطقس هنا معتدل .

٥ – يمثل طلاب المرحلة الجامعية لدينا خليطًا من مناطق جغرافية وخلفيات ثقافية متباينة .

٦ – يتبنى التجار أبحاث ومساهمات طلاب المرحلة الجامعية والدراسات العليا فيما يتعلق بالنشاط التجارى .

٧ – الأخبار المحلية التى قدمها التلفزيون تعد متخصصة جداً .

٨ – تركز الصحافة المحلية على الأحداث الداخلية بعمق .

٩ – يقدم نظام المكتبة الموجود لدينا خدمات مريحة فيما يتعلق بالبحث عن كتاب معين أو المقررات الدراسية .

١٠ – تتوافر للطلاب لدينا نشاطات ثقافية كافية .

ضع إشارة عند أحد الخيارات التالية فيما يتعلق بالمسلمات المشار إليها أعلاه .

	موافق بشدة	موافق	لا أدرى	غير موافق	غير موافق بشدة
١ –	....	....	....	....	....
٢ –	....	....	....	....	....
٣ –	....	....	....	....	....
٤ –	....	....	....	....	....
٥ –	....	....	....	....	....
٦ –	....	....	....	....	....
٧ –	....	....	....	....	....
٨ –	....	....	....	....	....
٩ –	....	....	....	....	....
١٠ –	....	....	....	....	....

تعتمد طريقة تحليل النتائج على اختبار الفرضيات ، أو أسلوب الحكاية المبسطة ويوجد فى دليل المدرس بعض الاقتراحات الخاصة بالتحليل الإحصائى لهذه النتائج .

ولتطبيق هذا التمرين يقوم المدرس بتوزيع الطلاب بشكل ثنائى بحيث يقوم كل طالب بمقارنة نتائج هذا الاستفتاء مع نتائج زميله . وعند وجود اختلافات بين الطالبين تتم محاولة معرفة الأسباب من خلال المناقشة الثنائية .

ولكى تكون المناقشة مثمرة فإن الطالبين يجب أن يكون لديهما إلمام بالعناصر التالية المتعلقة بمصطلح التوجيه المشترك :

١ - الانسجام : هو التوافق بين أفكار الشخص والأفكار التى يطرحها نظيره .

٢ - الموافقة : هى درجة الأهمية التى يضعها كلا الشخصين للأشياء أثناء النقاش .

٣ - الدقة : هى درجة التساوى فى التفكير بين الشخص الأول والشخص الثانى وأثناء مناقشة الآراء الإيجابية أو السلبية حول تلك المسلمات ، يحاول الدارس أن يحدد أى تلك العناصر الثلاثة (الانسجام أو الموافقة أو الدقة) سيطر على مجرى النقاش ، وهل بالإمكان تتبع مصدر الاختلاف حول تلك المسلمات .

اكتب فى الفراغ التالى بشكل مختصر أنواع الاختلافات التى وجدتها والأسباب المحتملة التى ساهمت فى وجودها ؟ .

....

....

....

....

....

....

....

الوحدة (٢٤)
الاتصال غير البشرى

مراجع مفيدة :

Melvin De Fleur and Sandra Ball-Rokeach : *Theories of Mass Communication*, 3rd ed., New York: David McKay, 1975, pp. (20-108) .

اهتم الإنسان منذ القدم بعملية الاتصال غير البشرى ، كالاتصال بين الحيوانات مثلاً ، وقد لفت انتباه الإنسان طريقة الاتصال التى تتم بين الحيوانات الأليفة فى المنزل وكذلك الحشرات الصغيرة جداً مما جعلنا نتساءل إلى أى حد يمكن لهذه المخلوقات أن تفكر .

تمرينات :

هذا التمرين البسيط قد يحتاج إلى زيارة للمكتبة وبذل بعض الجهد ، ولكن القيام بذلك الجهد سيكون مثمراً فيما يتعلق بفهم عملية الاتصال غير الإنسانى :

١ - اذهب إلى قسم المراجع فى المكتبة ، ثم اذهب إلى موضوع (الحيوان) و هنا استخرج البطاقة المعنونة بكلمة (الاتصال) .

٢ - اختر أحد الكتب المتخصصة فى هذا المجال والتى تقع تحت اهتمامك الشخصى ثم اعرف موقعها فى المكتبة .

٣ - اقرأ فى الموضوع بما يكفى لحل التمرين فى الصفحة التالية ، ثم قم بتسليم التمرين فى المحاضرة اللاحقة .

٤ - سيكون هناك قسم من التمرين بعنوان (صدق أو لا تصدق) ، تحت هذا العنوان يجب عليك كتابة بعض الحقائق التى قرأتها عن عملية الاتصال غير الإنسانى أو الاتصال بين الحيوانات كالأسماك ، والطيور ، والحشرات ، والزواحف ، والثدييات . حاول أن تختصر قدر الإمكان ، يكفى جملة واحدة أو مقطع صغير على الأقل .

٥ - تأكد من كتابة جميع المعلومات المتعلقة بالكتاب ورقم الصفحة وكذلك السطور التى نقلت منها تلك الحقائق ، يجب ألا تزيد مدة التمرين على ساعة واحدة فقط .

تمرين :

الاتصال الحيوانى

الاسم :

التاريخ :

الموضوع :

صدق أو لا تصدق

....

....

....

المصدر :

اسم الكتاب كاملاً :

اسم المؤلف :

الناشر : مكان الناشر :

الطبعة : تاريخ النشر :

الصفحـــات : من .... إلـــى ....

رقم الصفحة : .... السطر ....

....

....

....

الوحدة (٢٥)
مميزات وعيوب التعلم الاجتماعي

مراجع مفيدة :

Alexis Tan : "Prosocial Effects of Television," *Mass Communication Theories and Research,* 2nd ed. Wliley: New York, 1985, pp., (98-287) .

لقد أشرنا فى الوحدة الثانية والعشرين إلى أن تأثير وسائل الإعلام يمكن أن يكون إيجابيًا على التعلم الاجتماعى أو يكون سلبًا ، أى إننا بتعرضنا للتأثير الإعلامى قد نساهم فى تقدير السلوكيات الإيجابية أو السلبية لدى الأفراد ، أى عندما نرى شخصاً يقوم بمساعدة شخص آخر نحكم على ذلك بأنه سلوك يعزز مفهوم التعلم الاجتماعى ، أما عندما نشاهد شخصاً يسطو على ممتلكات الآخرين ، فإننا نحكم على ذلك السلوك بأنه ضد مفهوم التعلم الاجتماعى .

يشاهد الناس فى التلفزيون بعض الأحداث غير المحببة فى التعلم الاجتماعى تقدم تحت مسمى برامج التسلية . وقد أظهرت الإحصائيات أن ربع جرائم القتل على الأقل تحدث كنتيجة لمشاهدة تلك البرامج سنويًا ، ذلك أن حجم تلك البرامج ضخم جداً ، والسؤال كم مرة نشاهد سلوكيات تعزز المفهوم الاجتماعى الإيجابى ؟ سنحاول معرفة ذلك فى الدراسة المختصرة أدناه ، ولكن قبل أن نبدأ مناقشة التمرين الخاص بالدراسة المشار إليها ، حاول أن تسأل نفسك ما الذى يتم تعلمه بواسطة التلفزيون فيما يتعلق بتعزيز السلوك الاجتماعى ؟ . وما المقصود بعملية التعلم تلك ؟ . وما هو الأثر الاجتماعى لهذه الحملة القوية التى تغذى برامج التسلية بمشاهد التشويه والعنف ؟ .

التعلم الاجتماعى :

راجع الباحث (Tan) عدداً هائلاً من الدراسات عن تأثير التعلم الاجتماعى المحبب ببرامج الأطفال Sesame Street . Mister Rogers-Neighborhoods ، ولقد توصل إلى نتيجة مردها أن الأطفال يتعلمون فعلاً من التلفزيون ، وأن عملية التعلم هذه هى عملية

ذهنية تعد الأطفال الذين تتراوح أعمارهم من ثلاث إلى خمس سنوات للدخول فى المدرسة ، كما أن هذا التعلم الاجتماعى للسلوكيات المحببة فعال جداً بالنسبة للمجتمع .

ومن هذه التأثيرات الإيجابية ، تعلم الأطفال عدم التفرقة العنصرية والإيمان بأن الفرصة متاحة لمن أراد النجاح دون اعتبار للعرق أو الجنس . وكما يقول (Tan) فإن الأطفال يتعلمون أيضًا طريقة التعميم أو المطابقة ، ولذلك كان تعلم الأطفال بواسطة التلفزيون حقيقة ثابتة .

ويلاحظ أن الأطفال يتعلمون الأشياء الإيجابية أكثر من الأشياء السلبية ، ذلك أن الوالدين يحذرون الأطفال بصفة مستمرة من تلك السلوكيات غير المرغوب فيها . ولكن السؤال المهم ، ماذا يحدث إذا غاب ذلك التحذير ؟ أو بمعنى آخر إذا لم يقم الوالدان بذلك الدور ؟ ربما تعلم الأطفال الأشياء أو السلوكيات السلبية بصورة أكبر .

التعلم الاجتماعى غير المحبب (السلبى) :

كثير من البحوث التى أجريت حول تأثير برامج التلفزيون فى التعلم الاجتماعى غير المحبب أو السلبى لازالت مثيرة للجدل . فلقد بلغت تلك الدراسات المئات ، وبلغت التكاليف ملايين الدولارات وبعض هذه الدراسات لا تدعم الافتراض الذى يقول إن عملية التعلم غير الاجتماعى سلبية . ولذلك يجب علينا أن نضع الموضوع أمام محكمة كما لو أننا نستعرض محاكمة جريمة قتل . هل التلفزيون مذنب فى عملية التعليم التلفزيونى السلبى ؟ الجواب قابل للنقاش ، ولو أننا أخذنا هيئة محلفين من الجمهور لكانت تلك الهيئة كثيفة جداً ، ولو استخدمنا نفس طريقة المحكمة المدنية فى تحليل الأدلة ومراجعتها وما إلى ذلك ، فإن نتيجة الحكم ستكون بلا شك لصالح المشتكى (أى المجتمع) . فكل الأدلة التى خلصت إليها تلك البحوث تشير إلى أن هناك علاقة إيجابية وقوية بين مشاهد العنف ، والسلوكيات السلبية وخصوصًا بين الأشخاص غير الناجحين .

وقد يستنتج من هذا أن أكثر تلك البحوث التى أشرنا إليها لم تصل إلى إجابة واضحة فيما يتعلق بتلك الأسئلة التى طرحناها سابقًا . والباحثون لا يمكنهم أن

يتدخلوا فى حياة الناس مباشرة أو معرفة ما يدور فى أذهانهم ، وفى ظل غياب الكثير من المعلومات بإمكاننا القول إن تأثير التعليم التلفزيونى السلبى فيما يتعلق بسلوكيات العنف ، يبدو أقوى مما يمكن استنتاجه من هذه البحوث والدراسات .

تمرينات :

القسم الأول :

دعونا نفترض أن إستراتيجيات البحوث التى أجريت غير كافية ، ولذلك سنستخدم طريقة السبب وتخمين النتائج ، استخدم كذلك حسك الذهنى فى تحليل المسائل التالية :

١ - عندما يشاهد الناس التلفزيون فإنهم يتعلمون أشياء جديدة ، ولذلك فكلما شاهدنا التلفزيون بشكل أكبر تعلمنا أكثر .

٢ - كل ما نتعلمه أو نلاحظه ، فإنه بلا شك سيشكل معلومات نستخدمها فى تفسير أى معلومات لاحقة .

٣ - ولذلك فإن مشاهدى التلفزيون الدائمين يستوعبون كثيراً من الحقائق التى تعرض ، بعكس المشاهدين غير الدائمين .

٤ - الإرشادات التى يتم تعلمها قد تكون إيجابية ، أو سلبية ، أو محايدة ، أى تعلماً اجتماعياً ، أو غير اجتماعى ، أو تعلماً محايداً .

٥ - ما يتم تعلمه يصبح جزءاً رئيسياً من السلوك .

ماهى وجهة نظرك حول هذه الفرضيات السابقة ؟ . هل تظن أن يكون تقويمك لهذه الأمور بنفس النتائج المنطقية التى أشير إليها فى تلك الفرضيات ؟ إذا كانت النتيجة غير ذلك ، فاكتب فى الفرا غ التالى انطباعاتك الخاصة حول هذه القضايا .

....

....

....

....

القسم الثاني :

تثير المناقشات التالية بعض القضايا الممتعة التى تتعلق بكثافة برامج التلفزيون التى تدعم التعلم الاجتماعى والتعلم غير الاجتماعى ومدى تكرارهما ، دعونا نجرى التعداد التالى :

١ - اختر ساعتين من أكثر ساعات برامج التسلية كثافة فى ثلاث محطات تلفزيونية .

٢ - شاهد هذه البرامج وارصد عدد المشاهد أو اللقطات التى تدعم التعلم الاجتماعى ، أو التعلم غير الاجتماعى ، أى (السلبى) ؟

٣ - حدد مفهوم التعلم الإيجابى والسلبى لديك ، مثلاً :

أ - التعلم الاجتماعى : هو كل سلوك يساهم إيجابيًا فى عملية البناء الاجتماعى .

ب - التعلم غير الاجتماعى : أى شىء يحث على مساعدة الآخرين .

٤ - طبق اختباراً بسيطًا على مشهد معين لتتعرف على مدى دقة تعريفك للتعلم الإيجابى والتعلم السلبى .

٥ - أحص عدد المشاهد التى تدعو إلى التعلم الإيجابى ، وكذلك التعلم غير الإيجابى وحاول أن تكتب بعض الملاحظات حول كل مشهد لكى تتذكر ذلك أثناء المناقشة ؟

٦- اكتب المشاهد التى قمت بمشاهدتها فى التلفزيون فى القائمة التالية ، ثم علق عليها فى آخر الصفحة .

تعلم اجتماعى	غير اجتماعى
١ -	....
٢ -	....
٣ -	....
٤ -	....
٥ -	....
٦ -	....
٧ -	....
٨ -	....
٩ -	....
١٠ -	....
١١ -	....
١٢ -	....
١٣ -	....
١٤ -	....
١٥ -	....

ناقش الصعوبات التى واجهتها أثناء حل هذا التمرين ، ثم اكتب استنتاجك لكى تتحدث عنها أثناء المناقشة .

إذا كان هناك شخص آخر طبّق نفس المفاهيم ، فهل خرج بنفس الاستنتاجات ؟ ناقش ذلك .

....
....
....
....

الوحدة (٢٦)
دوامة الصمت (التغذية المرتدة)

مراجع مفيدة :

Carrol J., Glynn and Jack M., Mcleod : "Implications of the Spiral of Silence Theory for Communication and Public Opinion Research," *Communication Yearbook* (International Communication Association), 1982.

Elisabeth Noelle-Neumann : "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion." *Journal of Communication,* 24, 1974, pp. (58 - 448) .

طورت الباحثة الألمانية (نويلى نيومان) نظرية مثيرة عن الرأى العام ، وهى كأستاذة متخصصة فى بحوث الاتصال ، كان اهتمامها ينصب على عملية تكوين أو تشكيل الرأى العام . وقد أشارت فى بحثها إلى أن الأفراد لا يتأثرون فقط بما قال الآخرون ، بل أيضا بما سيقولون حول موضوع ما . ولقد أوضحت نتائج الدراسات بأن الشخص عندما يعرف أن وجهة نظره مقبولة لدى الأقلية ، ومرفوضة عند الأغلبية ، فإنه فى أغلب الأحيان لا يود طرحها . والأشخاص الذين يتوقعون أن أفكارهم ستحظى بقبول الآخرين ودعمهم . هم الذين يتلقون شيئًا من التعزيز لتصرفهم هذا ، ويصبحون بذلك أقوياء . بينما يصبح الآخرون ضعفاء فى طرح وجهة نظرهم ، وبالتالى يحدث ما أشرنا إليه بـ (دوامة الصمت) .

وهذه النظرية تتناول العديد من النقاط الهامة ، ولكن أهمها هو ما يتعلق بالسؤال ، كيف يفكر الآخرون ؟ . حيث تقول (نويلى) إن الأفراد يضعون فى حساباتهم عدد نقاط التكرار التى تدعم أفكارهم ، وهذه الفكرة واقعية إلى حد ما .

ولكن من الذى يتطوع للقيام بهذا الدور ؟ . مثلاً ، عندما يقول أحدهم أنا أثنى على دور المدير العام لهذه المؤسسة ؟ فمن الذى سيقول أنا لا أوافق !! . ضع نفسك فى هذا الموقف ، هل تحب أن تكون ذلك الشخص الذى سيقول أنا غير موافق ؟ ويبدو واضحاً أن بعض الناس سيطرحون مشاعرهم فى وجه الطرف المعارض ، بينما سيمتنع آخرون عن فعل مثل هذا .

وتعزو (نويلى) التردد الذى يحدث عندما نتخذ موقفًا مضاداً إلى خوفنا من العزلة . وبمعنى آخر فإن خوف الشخص من العزلة أكثر أهمية من طرح وجهة نظره الحقيقية . وبهذا يصبح ذلك أحد شروط العيش ضمن المجتمع الإنسانى .

هل سبق لك أن شاهدت نموذجًا لذلك ؟ . وهل هو فعلا الخوف من العزلة ، الذى يدعونا إلى الصمت ؟ . وهل يعود ذلك إلى أهمية القضية المطروحة ، واقتراح الحلول لها ؟ أم هو شىء آخر ؟ . وتشير (نويلى نيومان) إلى أن الخوف من العزلة ليس هو العامل الوحيد فى إحجام بعض الأفراد عن إبداء مواقفهم ، بل الخوف من إثارة سخط المجتمع المحيط بأولئك الأفراد ، مما يجعلهم غير محصنين ضد الاعتداءات .

ولذلك فإن مصطلح دوامة الصمت أصبح من المصطلحات المميزة ، بل يعد إضافة جديدة لم يكتمل قبولها بشكل أشمل بعد ، حيث يقول كل من (كلاين و مكلاد) إن هذه الفكرة مفتوحة للنقد على الصعيدين النظرى والتطبيقى ، كما أن المفاهيم المتعلقة بهذه الفكرة - كما طرحتها نويلى- لم تستوف حقها من الدراسة والتحليل . وقد أجرى كل من (كلاين ومكلاد) دراسة تتعلق بهذه الفكرة على الانتخابات الأمريكية وحققا تقدمًا نسبيًا ولكنهما أشارا إلى أن غموض بعض المصطلحات فى حاجة إلى زيادة فى الإيضاح .

وحيث تم عرض هذه النظرية بشكل مختصر جداً ، فإنه يجب على الطالب الرجوع إلى المراجع المشار إليها بهدف الوقوف على أبعاد هذه النظرية بشكل أفضل .

تمرين :

حدد إحدى القضايا المثيرة للجدل كالمعونات الخارجية إلى تقدمها بعض الدول لدول أخرى أو أى قضية خارجية لها أنصار ومعارضون . اكتب اسم هذه القضية :

....

....

يفترض أن هذه القضية تمثل أحد الخيارين التاليين (موافق ، غير موافق) ، حاول أن تضع نسبة مئوية للطلاب الذين تعتقد أنهم يشاركونك الرأى فى هذه القضية ، أى إن إجابتهم ستكون نفس إجابتك حيالها .

هل تتوقع أن يكون رأيك هو رأى الأغلبية أم الأقلية ؟

لنفترض أنه لا يشاركك فى الرأى إلا عشرة فقط من زملائك فى الفصل ، ولم يكن النقاش عميقًا كما يجب ، بل إن القضية لازالت محل خلاف بين أفراد المجموعة ، وبعد أن قدرت ذهنيًا مقدار الدعم الذى ستحققه وجهة نظرك ، فإلى أى حد أنت متحمس لطرحها .

متحمس جداً   متحمس بعض الشىء   غير متحمس بعض الشىء   غير متحمس مطلقًا

....

إذا كان موقفك هو موقف الأقلية، فهل ستشعر بالعزلة ؟

اكتب فيما يلى وجهة نظرك حول دقة وفاعلية هذه الفكرة (دوامة الصمت) فى فهم الرأى العام .

....

....

....

عندما يكون الشخص غير متحمس لطرح وجهة نظره ، هل تتوقع أن يكون السبب سلبيًا فقط ، كالخوف من العزلة ؟ أم إنه قد يكون إيجابيًا ، مثل : رغبة الفرد فى عدم إثارة حفيظة الشخص الذى يستمع إليه ؟ أو ربما تكون رغبة الشخص فى إبراز نفسه هى الدافع الوحيد فى طرح وجهة نظره ، (من باب خالف تعرف !) ، ماذا ترى ؟ .

....

....

....

الجزء الثالث

بعض طرق البحث
فى نظرية الاتصال

الوحدة (٢٧)
معرفة مصطلحات البحث

مراجع مفيدة :

Earl R., Babbie : *The Practice of Social Research.* 2nd. ed.. Belmont. Calif.: Wadsworth, 1979.

Philip Emmert and William D.. Brooks. eds.. : *Methods of Research in Communication.* Boston: Houghton Mifflin. 1970.

Fred N., Kerlinger : *Foundations of Behavioral Research.* New York: Holt. Rinehatr. and Winston. 1973.

لكل حقل من حقول المعرفة مصطلحاته الخاصة به ولغته أو (رطنته) المميزة ، وهناك بعض المصطلحات المهمة فيما يتعلق بالبحث الاجتماعى سنوردها فيما يلى ، بحيث يطلب من الطلاب أن يبحثوا فى المكتبة أو المصادر الأخرى ، لمعرفة تعاريف واستخدامات هذه المصطلحات . وكيف يؤدى هذا التمرين إلى فهم الاستخدامات المتعددة لكل مصطلح ومعرفة معناه بشكل دائم ؟

تمرينات :

فيما يلى مثال على كيفية عمل التمرين :

١ - مستوى الدلالة - Significance :

مثال : دعنا نقول إن هناك مجموعتين ، الأولى ومتوسطها (٥١ ٣) والمجموعة الثانية متوسطها (٦٨ ٤) . فى هذه الحالة ، يعتبر الفرق بينهما هاما حسب الاختبار الإحصائى (T. Test) على مستوى (٠٥ .) وهذا يعنى أن ذلك الفرق سيقع فى مستوى (٥٪) .

٢ - معيار الصدق الداخلى - Internal Validity ، مثال :

....

٣ - معيار الصدق الخارجى - External Validity ، مثال :

....



٤ – معيار الثبات – Reliability ، مثال :

....

٥ – إطار العينة – Sampling Frame ، مثال :

....

٦ – خطأ العينة – Sampling Error ، مثال :

....

٧ – فرضية البحث – Research Hypothesis ، مثال :

....

٨ – فرضية العدم أو الصفرية – Null Hypothesis ، مثال :

....

٩ – المراقبة التجريبية – Experimental Control ، مثال :

....

١٠ – المعالجة التجريبية – Experimental Manipulation ، مثال :

....

١١ – تحليل المحتوى أو المضمون – Content Analysis ، مثال :

....

١٢ – التعريف الوظيفى – Operational Definition ، مثال :

....

١٣ – الارتباط – Correlation ، مثال :

....

١٤ – المتغير التابع – Dependant Variable ، مثال :

....

١٥ – المتغير المستقل – Independent Variable ، مثال :

....

١٦ – العينة العشوائية – Random Sample ، مثال :

....

١٧ – المتغير الاعتراضى – Intervening Variable ، مثال :

....

١٨ - مربع كاى أو التحليل الاجتماعى Chi-Square or Contingency Analysis ، مثال :

....

١٩ - اختبار قبلى / بعدى (للدراسة التجريبية) - Pre-Post Test ، مثال :

....

الوحدة (٢٨)
نقد معلومات النظرية

مراجع مفيدة :

R. B. Rubin, A. M. Rubin, and L. J. Piele : *Communication Research: Strategies and Sources*, Belmont, Calif.: Wadsworth, 1986, pp. (69-155).

بالرغم من أن النظريات تنشأ من تصور مثالى ، فإن النظريات التى تعتمد على معلومات وإحصاءات من خلال علم البحث الاجتماعى تعتبر أكثر فاعلية . وإذا كان الباحث يفضل أن تستند فرضياته على معلومات وإحصاءات موثقة ، فإنه أصبح لزاماً عليه أن يتعرف على الإطار والأسلوب ، وبعض المصطلحات المستخدمة فى الكتب والمطبوعات المتعلقة ببحوث الاتصال . وسنورد فيما يلى أسماء أهم الدوريات التى يتم فيها نشر الدراسات المتعلقة ببحوث الاتصال :

دورية الصحافة الربع سنوية *Journalism Quarterly* ، دورية الإذاعة *Journal of Broadcasting* ، دورية الاتصال *Journal of Communication* ، دورية الرأى العام الفصلية *Public Opinion Quarterly* ، دورية بحوث الصحافة *Newspaper Research Journal* ، بحوث الاتصال الإنسانى *Human Communication Research* ، دورية بحوث الاتصال *Communication Research* ، دورية الإعلان *Journal of Advertising* ، دورية بحوث الإعلانات *Journal of Advertising Research* ، جازيت *Gzette* ، دورية إدارة الاتصالات *Journal of Communication Management* ، دورية بحوث المستهلك *Journal of Consumer Research* ، دورية تاريخ الصحافة *Journalism History* ، رسالة الصحافة *Journalism Monographs* ، فصيلة العلاقات العامة *Public Relations Quarterly* ، دورية العلاقات العامة *Public Relations Journal* . إضافة إلى بعض الدوريات المهمة فى مجالات علم النفس وعلم الاجتماع و ما إلى ذلك .

وغالباً ما تتكون البحوث التى تنشر على شكل مقالات فى الدوريات المتخصصة من الأجزاء التالية :

مقدمة ، مشكلة البحث ، الدراسات السابقة (الإطار النظرى) ، طريقة البحث ، النتائج وتحليلها ، ثم الخاتمة والتوصيات . وهناك نقاط أخرى يجب أن نتعرف عليها

فى هذه الدراسات ، مثل : فرضيات الدراسة ، ومعيار الصدق الداخلى ، والخارجى ، ومعيار الثبات ، وطريقة تحليل الإحصائيات التى تشتمل على إطار العينة ، وحجمها ، وخطأ العينة ودرجة الدلالة ، وكل هذه الأجزاء تدعم أو تنفى الفرضية .

المقدمة :

وهى التوطئة التى يتم من خلالها إيضاح الأسباب والدواعى للبحث . وقد تتكون المقدمة من أسطر قليلة أو من عدة صفحات ، وتتطرق عادة إلى مشكلة البحث والأسباب التى دعت إلى إجرائه . بينما يتحدث الإطار النظرى أو الدراسات السابقة عن المعلومات والبحوث السابقة التى تطرقت إلى هذه المشكلة أو المراجع ذات الصلة المباشرة بالموضوع . ويجب أن تكون تلك المراجعة شاملة نوعًا ما . وتهدف المراجعة إلى إعطاء القارئ فكرة شاملة ووافية عن كل ما يتعلق بالموضوع إلى آخر ما كتب عنه مما قد يقوده إلى التطرق إلى فرضيته .

وتكون فرضية البحث العلمية عادة إما فرضية منطقية : إذا كان هناك (أ) ، و(ب) فذلك إذًا يقود إلى وجود (ج) ؛ أو فرضية مقارنة ، مثل : (أ) لا تساوى (ب) ، أو (أ) تشابه (ب) .

طريقة البحث :

فيما يتعلق بطريقة البحث فإنها تفسر بطريقة مبسطة كيفية جمع المعلومات وتبويبها ، وطريقة تحليلها . ويجب أن تشمل طريقة البحث معلومات عن التحليل الإحصائى بحيث تتطرق إلى إطار العينة (أى من أى فئة من المجتمع تم أخذ العينة) ، وكذلك حجم العينة وعدد العناصر . أما خطأ العينة (Sampling Error) فيوضح مدى تمثيل العينة للفئة التى أخذت منها . وقد أصبحت معرفة الطرق الإحصائية الحديثة ضرورة ملحة فى النقد البناء لمعظم بحوث العلوم الاجتماعية الحديثة . لكن رغم هذا ، فإن الرجل العادى بإمكانه البحث عن مستوى الدلالة الإحصائية ، أى احتمال أن ذلك الفارق فى النقاط قد يحدث بالصدفة فقط ، ولذلك فإن مستوى الدلالة يوضع على

مستويات هى (٠٥,٠ ، ٠١,٠ ، و٠٠١,٠) . ويمكن تفسير هذا على أن نسبة الاختلاف قد تحدث خمس مرات فقط فى كل مائة حالة (أو إن شئت فقل مرة فى الألف) . وبالتالى ، هل يمكن القول بأن ذلك الفارق يكبر حجمه ـ كما لوحظ ـ ما هو إلا حصيلة تغييرات عشوائية ؟ وبعبارة أخرى ، فإن الدلالة على مستوى (٠٥,٠) وما دونها يعنى إمكانية حدوث فارق أو اختلاف بالصدفة ، لذا فمن الأولى أن يؤدى الفارق أو الاختلاف إلى ظهور أشياء أخرى ، كعنصر تحت إطار البحث .

ويمكننا القول بأن مهمة أبحاث العلوم الاجتماعية هى إرساء الحقائق المحايدة وجمع المعلومات الأساسية التى يمكن للعلماء أن يتفقوا عليها ، وإذا كان ذلك هو الهدف المنشود ، فإن الجزء المتعلق بالنتائج فى أى مقالة متعلقة ببحث ما يجب أن يعرض بكل دقة وحذر ، وقد تجد من الضرورى إعادة النظر فى منهجية البحث ، وفى العينة ، وكذلك فى التحليل الإحصائى وتقدير إذا ما كانت المعطيات توحى باليقين أو عدم اليقين كما يشير إلى ذلك المؤلف . وأخيراً، قد تتفق أو لا تتفق مع ما استخلصه المؤلف نفسه . (ففى بعض المقالات ، يعوض الاستنتاج بملخص) .

وعند الدراسة أو التخمين فى مدى صلاحية العينة المستخدمة فى البحث ، فإن مفتاح ذلك هو معيار الصدق . وبمعنى آخر ، فـ (معيار الصدق الداخلى – Internal Validity) يدل على مدى قياس ذلك البحث بالفعل للأشياء التى وضع من أجل قياسها . فمثلاً إذا أراد باحث قياس اتجاهات الناس أو مواقفهم حيال شىء معين ، وكانت أداة قياس الاتجاهات لديه ضعيفة ، فإن الدراسة ستخلو من معيار الصدق الداخلى ، أما (معيار الصدق الخارجى – External Validity) فيدل على مدى تعميم حالة البحث على فئة أوسع من المجتمع . ومثال ذلك إذا كانت عينة البحث هى مجموعة مكونة من (٤٠) طالباً مبتدئاً فى الجامعة ، فهل يمكننا القول بأن سلوكهم يمثل المجتمع بأكمله ، أم كل المستجدين بجناح خاص من الحرم الجامعى ؟ إلى آخره ... أما معيار الثبات ، فيدل على مدى الحصول على نفس النتائج من خلال المقاييس المستعملة .

وأخيراً يجب أن ننتبه إلى أن مشروع بحث ما بمفرده لا ينفى أو يثبت وجود ظاهرة ما ، ولكن نقول إن النتائج إما أنها قد دعمت فرضية البحث أو لم تدعمه . وقد نقول على سبيل المجاز إن البحوث الفردية هى مجرد لبنات فى بناء . وأن اللبنة بمفردها ،

أو حتى اللبنات مبعثرة لا تعكس حقيقة البناء ، ولكن إذا ما تراكم عدد كاف من اللبنات (والمشاريع) فى مشروع موحد ، فآنذاك يمكن البدء فى إنشاء الخطوط العريضة لهذا البناء . فإذا كانت الخطوط العريضة أو المستنتجات واضحة وجلية بما فيه الكفاية ، فبإمكاننا آنذاك أن نركب المعطيات على شكل نظرية ، ومبادئ ، أو حتى (قانون) . لكن إذا كان الاستنتاج أو الخطوط العريضة واضحة المعالم ، فإن العناصر الداخلية يجب أن تكون بدورها صلبة وراسخة . والهدف من التمرين التالى هو القدرة على التقييم أو الحكم على الحكم أو الفوائد من البرهان أو الدليل المفترض من خلال المواضيع الاجتماعية المهمة .

تمرين :

فى بداية هذه الوحدة ذكرنا أسماء بعض الدوريات المتخصصة فى حقل بحوث الاتصال ، اختر موضوعًا معينًا فى إحدى هذه الدوريات ، ثم اقرأ المقال و قم بتقييمه فى ضوء المعايير التالية :

١ - اذكر المعلومات البيلوغرافية عن المؤلف واسم المقال واسم الدورية وسنة النشر .

....

....

٢ - المقدمة : صف (مقدمة) المقال من حيث الطول و الوضوح ، وهل تم فصلها عن الإطار النظرى ؟ . وهل تحتوى على مشكلة البحث سواء تلميحًا أو تصريحًا ؟ . وأى ملامح أوصفات قد تلاحظها فى المقدمة ؟

....

....

٣ - الإطار النظرى : صف (الإطار النظرى) هل كان مقتنعًا من حيث العمق ، والوضوح ، والتقديم ، والشكل المنطقى ؟ . وهل اشتقت أسئلة البحث أو فرضياته فى نتائج البحوث السابقة ؟ .

....

....

٤ - الفرضية أو مشكلة البحث :

إذا كانت فرضية البحث أو مشكلة البحث قد صيغت فى الدراسة بشكل مبين أو ظاهر ، فقم بكتابتها فيما يلى :

....

....

أما إذا لم تطرح بشكل صريح ، فقم بصياغة هذه الفرضية ؟ . ثم اذكر إذا كانت قد صيغت بشكل ظاهرى . وهل هى فرضية منطقية (استنتاجية) أم من نوع المقارنة ؟ .

....

....

٥ - طريقة البحث :

صف عينة البحث ، ومدى ملاءمتها لموضوعه ، ناقش الصدق الداخلى والخارجي ، وعرف مستوى الدلالة المعنوية ، وهل هذه الطرق البحثية مناسبة للمشكلة المعروضة أم لا ؟ .

....

....

٦ - النتائج والاستنتاجات :

خلال تقييمك الشخصى ، إلى أى حد كانت النتائج مقنعة ؟ . وهل أجاب البحث بشكل مقنع عن التساؤل الذى طرح فى بدايته ؟ . إلى أين تتوقع أن يقودنا البحث من هذا المنطلق ؟ هل تبادر إلى ذهنك أسئلة جديدة يمكن البحث فيها ؟ .

....

....



الوحدة (٢٩)
مستوى الـ (٠٥,) من الدلالة

مراجع مفيدة:

Sanford Labovitz : "Criteria for Selecting a Significance Level: A Note on the Sacredness of (.05)," *American Sociologist,* 3 August 1968, pp. (22-220) .

تعلمنا أن مستوى الـ (٠٥,) هو المستوى المقبول للدلالة بالنسبة لجميع أبحاث العلوم الاجتماعية ، ولا يتساءل عن سبب ذلك إلا أولئك المتعمقون فى الإحصاء . ويضع (لابوفتيز وآخرون) فى مقال (معايير اختيار مستوى الدلالة) مستويات أخرى تستخدم بين الحين والآخر ، وسنقوم بإلقاء نظرة على منطقية هذا الرأى بعد التعرف أكثر على ماهية معيار مستوى الدلالة .

يطلق على مصطلح مستوى الأهمية مسميات أخرى مثل (مستوى الثقة) أو (مستوى الاحتمالية) . ويقوم الباحث القائم على الدراسة بتحديد مستوى الدلالة ، وهو يعنى أن هناك حداً أو مستوى تقف نتائج الدراسة عنده ، أما مستوى الـ(٠٥,) فيعنى أنه من بين مائة إعادة ممكنة لنفس الدراسة تكون النتائج فيها قد تحققت خمس مرات عن طريق الصدفة . ولذلك فإن النتائج فى المرات الخمس المذكورة غير صحيحة ، ولكنها تصبح صحيحة فى خمس وتسعين من المائة من إعادة ممكنة ، وهذه نسبة طبيعية .

ويمكننا أن نعرف كل مرة من مرات الإعادة المائة وقوع تلك النتيجة ، فالمستوى الـ(٠٠١,) يعنى أنه من بين مائة مرة تعاد فيها الدراسة ، هناك مرة واحدة قد تلعب الصدفة فيها دوراً فى تغيير النتيجة . وبما أنه لن يقوم أحد بإعادة دراسة ما مائة مرة ، فإن مستوى الأهمية فى الحقيقة يمكن فهمه على أنه نسبة مئوية ، أى أن هناك احتمالاً للخطأ يقدر بـ(٥٪) أو (١٪) من نتائج الدراسة .

ومن الطبيعى أن يدعى كل باحث أن نتائجه قابلة للتصديق مائة فى المائة أو إنها مطلقة . وهذا ينطبق بشكل خاص على النتائج الراهنة ، إلا أنه يستحيل وضع الثقة فى أية نتيجة تعتمد على العينة العشوائية . كما أن (٥٪) ليست نسبة خطأ كبيرة ، ونسبة (١٪) أفضل ، والأفضل منها واحد فى الألف أى مستوى الـ(٠٠١,) .

وكلما زادت الحاجة إلى الثقة ، وجب على الباحث أن يكون دقيقًا فى نتائجه . فإذا كانت النتائج يعتمد عليها بنسبة (٩٩٪) ، فلابد أن يكون مستوى الثقة (٠٠١.) ، وذلك لأنه ما من شخص يود ارتكاب خطأ ويترك الدور للصدفة فى تحديد نتائج بحثه المهمة ، ولكن إذا كان مستوى الأهمية ضئيلاً للغاية (٠٠١.) بحيث يضمن صحة النتائج ، فإننا بذلك نقوم بالمجازفة لأنه لن تكون لدينا نتائج مهمة نتوصل إليها .

والباحث الذى يضع مستوى ضئيلاً جداً للأهمية (٠٠١.) قد يرتكب خطأ . وذلك الخطأ هو عدم التوصل إلى نتيجة حقيقية كان يجب التوصل إليها ، كما أنه بذلك لا يدعم نظرية من الواجب دعمها ، أما الباحث الذى يضع مستوى منخفضًا للأهمية ، فهو بذلك يدعم نظرية لا تستحق الدعم ، إذن مسألة وضع مستوى للأهمية هى سلاح ذو حدين ليس بإيذاء الباحث فحسب ، بل إيذاء المتلقى كذلك ، وهو الشخص الذى يقرأ تقارير الأبحاث ويحاول تقييمها ، وفيما يلى عرض لبعض الاعتبارات المطلوبة لتقييم مستوى الأهمية :

١ - عاقبة التوصل إلى نتائج خاطئة :

غالبًا ما يتناول المختصون فى العلوم الاجتماعية فى الغالب مواضيع بحثية قد تنمى المعرفة ولكنها أيضًا قد تسىء إلى سمعتهم إذا ما اكتشفت أخطاؤهم لاحقًا ، وعلى سبيل المثال ، إذا قيل أن الدراما الإذاعية تشد المستمعين إليها أكثر من الدراما التلفزيونية ، فعاقبة ذلك الخطأ الخسارة المالية على المنتج .

ولذلك فإن التقرير الخاطئ للباحث المبنى على المستوى (٠٥.) للأهمية سيكون أثره السلبى قليلاً ، فى المقابل قد يتوصل باحث ما بالخطأ إلى نتيجة مفادها أن تقديم شهادات مسجلة على أشرطة فيديو إلى هيئات المحلفين يؤدى إلى إصدار نفس الحكم الذى ستصدره هيئات المحلفين لو تم الإدلاء بالشهادات من منصة الشهود .

وهذه النتيجة قد تكون مسئولة عن الحكم على المتهم بالسجن أو بعقوبة أشد . ونتيجة كهذه يجب أن تبنى على الأبحاث التى اجتازت اختبارات متواصلة . والجدير بالذكر أنه فى الحالات التى يكون للخطأ فيها نتائج خطيرة ، يجب استخدام مستوى للأهمية بقيمة (٠١.) أو (٠٠١.) .

٢ – حجم العينة :

يتأثر كل اختبار إحصائى بحجم العينة ، وذلك لأن حجم العينة جزء من معادلة الاختبار ، فالعينة الكبيرة ستنتج فروقًا دلالية ، حتى لو كانت النسبة المئوية للفروق الحقيقية فى القياسات الفرعية ضئيلة جداً ، فمثلاً لو كانت لدينا عينة مكونة من (٤٨٠٠) حالة ، فإن هذه العينة سوف تنتج فرقًا دلاليًا كبيراً بالمقاييس الإحصائية عند مستوى دلالة (٠٥ ,٠) عندما تحصل مجموعة واحدة على (٨٦) نقطة فى اختبار ذى مائة نقطة ، بينما تحصل المجموعة الأخرى على (٨٣) نقطة . وفى المقابل ، لا تنتج العينة الصغيرة جداً فروقًا كبيرة بالمقاييس الإحصائية إلا إذا كانت الفروق الحقيقية المسجلة كبيرة .

وفى الاختبار ذى المائة نقطة والذى تكون فيه عينة صغيرة مكونة من (٥٠) حالة فقط ، لن تعتبر النتيجة (٦٦) نقطة لمجموعة مختلفة إحصائيًا عن نتيجة مجموعة أخرى (٨٦) نقطة . ولذا يجب استعمال مستوى دقيق للأهمية عند وجود عينات كبيرة جداً مثل : مستوى (٠١ ,٠) أو (٠٠١ ,٠) أما عند وجود عينات صغيرة جداً ، فمن الأفضل استخدام مستوى للأهمية مثل : مستوى (٠٠٥ ,٠) أو(١٠ ,٠) .

٣ – حد الاستفادة من الأبحاث السابقة :

فى الدراسات المبنية على البراهين التى تم اختبارها والتوصل إليها من قبل ، يجب أن يكون مستوى الأهمية (٠١ ,٠) أو (٠٠١ ,٠) . وذلك لأن الأبحاث السابقة ربما تحيزت لجانب أو لآخر . ففى بعض الأمثلة وحتى فى كثير من الأعمال السابقة لم يتم التوصل إلى رأى محدد ، بل ترك الموضوع معلقًا ، لأن كثيراً من الأبحاث ربما توصلت إلى نتائج متعارضة . ولكن على أية حال ، كلما أراد الباحث التعمق فى دراسته فمن المفترض أن يستخدم مستوى أقل أهمية للدراسة الحالية . أما إذا تعارضت نتائج الدراسة الحالية مع الأبحاث السابقة ، فيجب أن يكون تقرير الدراسة الحالية مبنيًا على نتائج يثق فيها الباحث وقارئ التقرير . وبالمثل إذا كانت الدراسة الجديدة تدعم الرأى الذى قدمته الأبحاث السابقة ، فينبغى عدم اعتماد تلك النتيجة إلا بعد اجتياز اختبارات وعقبات مكثفة ، كما سبق ذلك فى الأبحاث الماضية .

٤ - التحكم فى تصميم البحث التجريبى :

يجب ألا يتطلب التصميم (أى التصميم الذى يأخذ معظم المتغيرات المتداخلة الممكنة فى الاعتبار) دقة كبيرة فى مستوى أهميته . وفى المقابل فإن الاختبار الذى لا يتمتع بتصميم محكم ولا يأخذ فى الاعتبار معظم المتغيرات المتداخلة الممكنة يجب أن يجتاز مستوى ضئيلاً من لأهمية كمستوى (٠,٠١) أو (٠,٠٠١) قبل أن يمنحه القراء الثقة والقبول .

٥ - حجم الفروق المتوقعة :

إذا كان متوقعًا وجود فرق كبير فى ناتج المتغيرات الفرعية ، فيجب وضع مستوى أهمية بقيمة (٠,٠١) أو (٠,٠٠١) وهو مستوى أكثر ضآلة من غيره . وعلى سبيل المثال يفترض فى الباحث أن يعرف عن طريق الخبرة والمعلومات العامة أن لدى المكفوفين حاسة سمع أقوى من المبصرين . وبإجراء اختبار بسيط لحاسة السمع لدى عينة من المكفوفين وعينة من المبصرين يلاحظ أن لدى المكفوفين حساسية أكثر للسمع ، غير أن الفرق بين المجموعتين لا يعتبر كبيراً عند مستوى الـ(٠,٠٥) وبما أن الباحث قد توقع فرقًا أكبر فى النتائج ، فربما يتم رفض الفرضية القائلة بأن حاسة السمع عند المكفوفين أقوى منها عند المبصرين ، وهذا الرفض ناتج عن أن الصدفة لعبت دوراً فى التوصل إلى تلك النتيجة فى هذه الدراسة .

٦ - قوة الاختبار الإحصائى :

علينا أن نسلم سلفًا بعدم تساوى جميع الاختيارات دون الحاجة إلى التعمق فى إجراء الإحصائيات . وبعض الاختبارات يتطلب افتراضات عديدة حول العينة ، وتوزيع نقاط المتغيرات الفرعية ، كما يجب على الباحث مراعاة الحد المسموح به فى مخالفة تلك الافتراضات ، وكلما كان الانحراف عن افتراضات الاختبار أكبر ، كان مستوى الأهمية المطلوب أصغر (٠,٠١) أو (٠,٠٠١) .

ويجدر بنا هنا أن نذكر ملحوظة أخرى ، عن قوة الاختبارات الإحصائية المستخدمة . فمثلاً يبنى معامل العلاقات الرتبية عند (سبيرمان) على الرتب فقط ، بينما تبنى العلاقة بين المنتج واللحظة عند (بيرسون) على بيانات الفترة . وبالرغم من أن الاختبارين الإحصائيين المذكورين مختلفان ويعوضان عن مستويات القياس ، فإن الباحث قد تكون لديه الرغبة فى اختيار مستوى أهمية معين بناء على معرفة هذين الاختبارين .

لاحظ المجموعة التالية من نتائج الاختبار للعناصر من (أ – هـ) :

العنصر	رتب سبيرمان	فترات بيرسون
أ	١	٩٨.
ب	٢	٩١.
جـ	٣	٧٤.
د	٤	٨٥.
هـ	٥	٦٢.

ودون الخوض فى تفاصيل الاختلافات بين حسابات (سبيرمان وبيرسون) ، يتضح لنا أن بيانات (بيرسون) أكثر تعقيداً . أما بيانات (سبيرمان) فهى حسابات نسبية لاغير .

(فمثلاً لم يحرز العنصر ج «٤» نقاط فى الحقيقة كما هو فى الجدول ، بل أتى فى المركز الرابع) .

وحيث إن بيانات (سبيرمان) أضعف من مثيلتها ، فإن مستوى الأهمية المستخدم لها يجب أن يكون دقيقًا ، أى (٠١. أو ٠٠١.) . أما بيانات (بيرسون) ذات الحسابات الأقوى فيمكن أن يستخدم معها مستوى أهمية بقيمة (٠٥.) لكى تمنح الثقة وتقبل على أنها تدعم الفرضيات المعروفة .

تمرين :

يقدم (لابوريتز – Laboritz) مقترحاً حول تحديد المستوى المناسب للأهمية فيما يلى :

حاول وضع مستوى مناسب الأهمية للبحوث التالية ، ثم وضح باختصار أى النقاط الست التى تمت مناقشتها فى السابق أثرت على قرارك ؛ قد يكون هناك أكثر من نقطة فى بعض الأحيان :

١ – اعتمد على إحصاء عدد السكان فى نيويورك ، ذكر أحد الباحثين أن سكانها أغنى من سكان بقية المناطق الأربع فى نيويورك .

....

....

٢ – اعتمد على تحليل بحث جرى على عينة من (١٠٠٠) شخص ، تبين أن الأشخاص الذين يحبون نوعاً معيناً من التلفزيونات يفضلون أيضاً اللون الأزرق .

....

....

٣ – وفى إحدى المسابقات جاءت نسبة النقط (٥٨٪) من (١٠٠) شخص على علبة بيبسى كولا بدلاً من كوكا كولا وهم معصوبو الأعين !

....

....

٤ – أظهرت نتائج بحث أجرى على مجموعة من القردة لمدة سنتين أن هناك عقاراً يمكن أن يقلل من عملية رفض الجسم كيميائياً لزراعة الأعضاء .

....

....

٥ – فى استفتاء أجرى مع (٥٠٠٠) من أبناء رجال الشرطة حول أهمية عقوبة الإعدام وتمت مقارنته مع آراء عينة مماثلة من غير أبناء رجال الشرطة ، لمعرفة السبب فى اختلاف آراء المجموعتين .

....

....

٦ – طبق باحث تجربة جديدة لمعرفة ما إذا كان هناك تأثير سلبى للعنف فى التلفزيون على الأطفال .

....

....

٧ – هب أنك مدير شركة خدمات فى مدينة كبيرة و قال لك أحد المختصين أنه اخترع محلولاً كيميائيًا يمكن أن يقوم بتحذير الناس عندما يتسرب الغاز الطبيعى إلى أحد الأشخاص ويمكن أن يكون استنشاقه له خطراً عليه .

....

....

٨ – يزعم أحد علماء النبات أنه يمكن استخدام سماد جديد يقوم بتسريع نمو النبات فى بيوت زجاجية ، يتم فيها التحكم فى الضوء والتهوية .

....

....

٩ – تم اختيار ثلاثة فصول دراسية فى الصف الخامس بالمرحلة الابتدائية فى مادة القراءة تمت دراستها (٦) أسابيع ، وكانت معدلات النجاح للصف (أ) ٨٢٪ ، و(ب) ٦٨٪ ، و(جـ) ٩٣٪ .

....

....

١٠ – راقب مجموعة الباحثين من متسوقى المواد الغذائية فى كل سوق على حدة وذلك خلال عطلة نهاية الأسبوع فى مدينة عدد سكانها (٣٠٠٫٠٠٠) نسمة ، ووجد أن ٤٥٪ من النساء المتسوقات يستخدمن كوبونات التخفيض و ٤٨٪ من الرجال كذلك .

....

....

الوحدة (٣٠)
ملخصات للمقالات العلمية

مراجع مفيدة :

Edward T., Cremmins : *The Art of Abstracting*, Philadelphia: ISI Press, 1982.

يدرك دارسو نظريات الإعلام فى وقت مبكر أن عملهم يتضمن جمع وتحليل الأبحاث والدراسات السابقة ، ومن حسن الحظ أنه يوجد فى كل رسالة علمية أو أطروحة قسم يدعى (استعراض أدبيات الموضوع) وهو عرض لما سبق تأليفه حول الموضوع الحالى للدراسة (أو مواضيع وثيقة الصلة به) .

ولا يوجد فقط قسم لاستعراض أدبيات الموضوع فى الأعمال الضخمة كرسائل الماجستير والدكتوراه فحسب ، بل أيضًا فى كل مقال ينشر فى مجلة علمية تقريبًا ، ويكون هذا القسم عادة فى مقدمة المقال ، وهو إما أن يسبق عرض مشكلة البحث أو هدف الدراسة ، وإما أن يتبعه مباشرة . وبذلك يمكن النظر إلى المقال العلمى على أنه أطروحة مصغرة من حيث بنيته .

وسرعان ما يتعلم طلاب المرحلة الجامعية والدراسات العليا أنه يتوقع منهم معرفة كيفية جمع وتقديم ما عرف عن موضوع معين ، حتى فيما يطلب منهم من بحوث لموادهم الدراسية . ويتم هذا الإجراء من خلال ما يعرف بالملخص المأخوذ من مجلة علمية وهو عبارة عن صفحة واحدة تلخص المقال العلمى وتورد استعراضًا وافيًا للمعلومات المذكورة فى المقال مما يسمح لمن لم يقرأ المقال من قبل أن يفهم موضوعه والنتائج التى توصل إليها .

وتم تصميم هذه الوحدة لشرح فكرة عمل الملخص العلمى ، وذلك باتبا ع الخطوات التى سيأتى ذكرها . ويتبع ذلك مثال للخص علمى كامل ، ومما هو جدير بالذكر أنه ليس هناك توافق كامل بين جميع المقالات العلمية ، فبعضها لن يكون مناسبًا للصيغة المذكورة ، إلا أن معظم المقالات العلمية المبنية على بيانات تناسب تلك الصيغة . كما أن من السهل إيجاد طرق لتعديل الصيغة كى تناسب جميع المقالات ، وهى كالآتى :

١ – الخطوة الأولى هى إيجاد المقالات المكتوبة عن موضوع دراستك الحالية ، ويفضل ألا يبالغ فى هذه الخطوة بذكر مقالات علمية لا تمس موضوع دراستك بشكل مباشر ، ويمكن التعرف على هذه المقالات من خلال عناوينها أو باستخدام البحث عن طريق المسترد . ويجب عدم اختيار مقال علمى صعب الفهم ، ذلك أن كثيراً من المقالات العلمية محشوة بالمصطلحات الفنية التى تجعل قراءتها عسيرة بعض الشيء . وقد يكون المقال مكتوباً بشكل واضح ، إلا أن مستوى الخبرة الفنية يتعدى المهارات الإحصائية للطالب المبتدئ . وبالإضافة إلى ذلك ، إذا كان المقال صعب الفهم عند شرحه لشخص آخر .

٢ – اعتمد على قراءة العناوين الفرعية داخل القطعة لأنها طريقة ناجحة ، فهى تساعد عموماً على التفريق بين الأجزاء المختلفة من المقال خاصة عند تصميم الملخص .

٣ – ينبغى عدم تكرار لغة الكاتب العامية ، فمثلاً لو أطلق على مجموعة من متابعى المسلسلات الطويلة مصطلح (مشاهدين بالنيابة) وجب عليك أن تعرف هذا المصطلح ، وتشرح معناه فى ملخصك .

٤ – استخدم العناوين الجانبية عند كتابة ملاحظاتك أثناء قراءة المقال ، وربما كان باستطاعتك كتابة الملخص عند كتابة ملاحظاتك إن أحسنت تصنيفها كالمشكلة ، والطريقة ، والنتائج ، والتقييم .

٥ – استخدم لغتك وتعابيرك الخاصة عند كتابة الملخص ، فلو اعتمدت على طريقة المؤلف فى الكتابة ، لوجب عليك إعادة كتابة المقال ، ولكنك لن تستطيع اختصاره إلى حجم معقول .

٦ – عند كتابة الملخص اشرع فى كتابة صفحة واحدة بفراغ واحد بين الأسطر ، وهذا هو الحد الأقصى لطول الملخص ، وربما اضطررت إلى إعادة كتابة الملخص عند هذا الحد ، ومن الممكن ألا تكون بعض المقالات قابلة للاختصار إلى الحد المشار إليه ، ولكن بإمكانك المحافظة على صغر الحجم مع الاحتفاظ بأهم العناصر .

٧ – من الأهمية بمكان أن يذكر اسم المؤلف وعنوان المقال بشكل كامل فى بداية الملخص ، وعليك بمراجعة هذه المعلومات حتى تتأكد من صحة اسم المؤلف بالكامل ،

وعنوان المقال واسم المجلة العلمية ، والتاريخ ، ورقم المجلد، وأرقام الصفحات على أن تكون كل البيانات كاملة . وفى الواقع يجب عليك أن تقوم بهذه الخطوة عادة فى البداية وإلا اضطررت إلى إضاعة وقتك بالذهاب إلى المكتبة بين الحين والآخر للتحقق من تلك المعلومات .

٨ - الجزء الخاص بالتقييم هو الجزء الأصعب فى التنفيذ ، لكنه يعد من أهم نواحى عمل الملخص العلمى . وفى هذا الجزء عليك أن تنسى أهمية استيعاب القراء لمقالك ، وأن تحاول تقييم ما يميز البحث . ما هى نقاط القوة والضعف فيه ؟ وكيف تتم مقارنة هذا المقال بمقالات أخرى لنفس الموضوع ؟ وبعد أن تنتهى من تلخيص بضعة مقالات ، سوف تجد نفسك قادراً على تحليل جميع المقالات التى تستعرضها ، وبذلك تكون قد حققت هدفًا يسعى إليه كل باحث ، ألا وهو التكرار المفيد .

مثال على تقرير ملخص علمى :

حراسة البوابة الإعلامية

المشكلة :

يسافر الخبر عبر قنوات اتصال يديرها نظام من (البوابات) . ويرأس حارس البوابة الإعلامية كلاً من هذه البوابات وهو الشخص الذى يحمى ويتحكم فيما يحدث لها ، ولكل حارس بوابة أثر غير محسوب فى بنية ومصير كل خبر ، فما هى الأشياء التى تؤثر فى اختيار حارس البوابة الإعلامية ؟ .

الطريقة :

تم فى الدراسة التى أجراها ديفيد وايت (حراس البوابة) : حالة دراسية فى اختيار الأخبار وتحليل اختيار الأخبار الذى قام به محرر أنباء الوكالات ، وهو آخر حارس بوابة فى سلسلة سير الأخبار . وهو أيضًا أهم حارس بوابة ، لأن رفضه لقصة ما

يبطل عمل حراس البوابة السابقين له . وقد كان حارس البوابة هذا فى منتصف الأربعين من العمر ويتمتع بخبرة خمسة وعشرين عاماً كصحفى ، كما كان محرر أنباء الوكالات فى صحيفة صباحية ذات نسبة توزيع عالمية ، تبلغ ثلاثين ألف عدد فى مدينة تزخر بالصناعات ويقطنها مائة ألف نسمة فى الغرب الأوسط الأمريكى .

وقد قام حارس البوابة الذى شارك فى الدراسة بحفظ جميع النسخ المرفوضة من الأنباء مع ورقة توضح أسباب عدم إجازة كل قصة ، كما تمت مقارنة الأنباء الواردة مع كم الأنباء التى استخدمت فعلاً ، وتم كذلك تحليل أسباب الرفض .

النتائج :

تم استخدام (١٠٪) فقط من نسخ الأنباء الواردة ، وبينت الدراسة أن أسباب رفض (٩٠٪) من الأنباء كانت فردية ، فالقرارات التى اتخذت كانت مبنية على الأحكام التى أصدرها حارس البوابة بناء على تجاربه ومواقفه وتوقعاته ، ومن الأسباب التى ذكرها حارس البوابة فى تقاريره عن الأسباب الرئيسية للرفض ، أن بعض الأنباء كانت عن نفس الحدث ، أو ليست هناك قيمة للخبر، أو عدم توافر مساحة له ، غير أن الباحث أكد أن حارس البوابة قام بالتالى :

١ - استخدام قصص تهمه شخصياً .

٢ - الأخذ بمفهومه الشخصى عن المجتمع ، والذى كان بعيداً عن التركيبة الحقيقية لجمهور القراء .

التقييم :

تنص الدراسة على أن قيمة النبأ الفردية لا الموضوعية هى التى تحدد ما إذا كانت القصة ستنشر أم لا ، إلا أن ما يؤخذ على الدراسة هو عدم تمكنها من هذه النقطة تماماً . وهنا يطرح سؤال ، هل سيتم التوصل إلى نفس النتائج لو تمت دراسة مجموعة من المحررين بدلاً من محرر واحد ؟ . للأسف لا تؤسس الدراسة لنظرية إعلامية موسعة بناء على هذه التجربة اليتيمة .

الوحدة (٣١)
العينات ، توزيعها ، الخطأ فيها

مراجع مفيدة :

Phillip Meyer : *Precision Journalism,* Bloomington; Indiana University Press, 1973.

Julian L., Simon : *Basic Research Methods in Social Sciences; The Art of Empirical Investigation,* 2nd., ed., New York: Random House, 1978, pp. (44-126) .

غالبًا ما تؤخذ بيانات الأبحاث فى العلوم الاجتماعية لعينات من الناس يرى الباحثون أنها تمثل مجموعات أكبر من المجتمع . وعلى سبيل المثال ، إذا أردنا إجراء مسح بغرض معرفة رأى (٢٢٠) مليون أمريكى حول شىء معين ، فإن البحث قد يعتمد على ألف إلى ألفى مقابلة أو حتى على (٤٠٠) فقط . ومن الطبيعى أن نوعية الخلاصة التى يصل إليها الباحث ونوعية النظريات الموضوعة تعتمد على نوعية العينة ، وتعتمد بنفس المقدار علي تحليل الباحث للبيانات .

ما هى الحالات التى يمكن أن تعكر العينة أو تفسدها ؟ إحدى هذه الحالات هى احتمالية عدم إدخال جميع عناصر السكان فى العينة ، فالباحث إذا أراد أن يستنتج شيئًا ما من العينة ، فإن عليه إدخال كل عنصر من عناصر السكان فيها . ويتوقف ضعف وقوة تحليل البيانات على مدى شمولية البحث على مختلف العناصر . وعلى سبيل المثال ، لنفرض أنك تريد أن تعرف مشاعر الناس فى مدينتك حول قضية معينة ، وهناك مجموعة من السكان تقطن فى مكان لا تستطيع الوصول إليه ، فكيف تعرف مشاعرهم إذا لم تتمكن من سؤالهم ؟ الإجابة المحتملة هى : لا بد من سؤالهم ، وبالتالى سيكون التحليل ضعيفًا .

وهناك مشكلة أخرى نود التركيز عليها ، وهى مشكلة توزيع العينة ، لنفرض أننا نعرف من سجلات الطلبة أن متوسط أعمال الطلاب فى الجامعة هو (٢٢,٩) سنة ، لكن دعنا نأخذ عينتين ، واحدة مكونة من مائة شخص ، وأخرى مكونة من (٣٠٠) شخص . ولنحسب المتوسط لكل منهما ، وهنا قد يتضح لنا أمران . أحدهما أن متوسط العينتين مختلفان عن العمر الحقيقى للطلاب ، والآخر أن المتوسطين مختلفان

عن بعضهما . العينة الكبيرة (n = ٣٠٠) لا تعنى الدقة ، ولا تعنيها حتى إذا وصلت إلى (١٣٠٠) بدلاً من (٣٠٠) . لكن إذا كانت العينات قد أخذت بعناية ، فلماذا لا تتشابه مع المتوسط الحقيقى ؟ . الإجابة عن هذا السؤال لها علاقة بما يعرف بتوزيع العينات والخطأ فيها .

كلما رأى الباحث أنه من الضرورة استخدام عينة بدلاً من إحصاء السكان ، ظهرت مشكلة التباين فى المتوسطات (الخطأ فى العينة) . وأحيانًا يكون الاختلاف فى المتوسط عن التعداد الحقيقى بسيطًا جداً ، وفى حالات أخرى يكون كبيراً جداً . وبإمكانك أن تلاحظ بنفسك طبيعة المشكلة إذا قمت بحل التمرين التالى :

(أ) – اختيار العينة :

إليك التعليمات : أغمض عينيك ، ثم ضع نقطة بالقلم الرصاص فى الجدول الذى يحوى أعداداً موضوعة بشكل عشوائى (جدول ٣١.١) حيث الاحتمالية هى نفسها لكل الأرقام ، ابدأ بأقرب رقم إلى النقطة التى وضعتها ، واكتب الأعداد التى تتكون من رقمين (مثل : ٠٣ ، ٠٨ ، ١٥ ، ٦٢ ، ٧٩ ، ٩٨ ، .. إلخ) . استمر نزولاً فى نفس العمود ، ثم اصعد إلى العمود الذى يليه حتى يتكون لديك عشرون عدداً من ذوات الرقمين ، احسب متوسط العمود . (قد يطلب منك المدرس حساب الانحراف المعيارى . التعليمات واردة فى الجزء – د) .

اغمض عينيك مرة أخرى ، ضع نقطة أخرى وكرر العملية السابقة ، أكمل مالا يقل عن (٨) قوائم فى كل منها (٢٠) عدداً ، قارن المتوسطات وسجلها فى الجدول (٣١.٢) .

إذا كررت التمرين عدة مرات يفضل أن تستخدم عينات أكبر من (n = ٢٠) ، ورسمت شكلاً بيانيًا للمتوسط فسترى ما يسمى بالمنحنى الطبيعى (شكل ٣١.١) . والمنحنى الطبيعى يظهر كيف أن المتوسطات المأخوذة من عينات غير محددة تلتف حول المتوسط الحقيقى .

إن المنحنى الطبيعى مهم للغاية فى النظرية الإحصائية ، وكذلك مهم فى أبحاث الاتصالات ، إذا حسب الانحراف المعيارى والتباين فى متوسطات عينتك ، وبإمكانك

أن ترى من خلال المنحنى إلى أى حد يختلف متوسط عينتك عن المتوسط الحقيقى للسكان . وعلى سبيل المثال ، فإنه من المعروف أن (٦٨٪) من المتوسطات فى أى توزيع طبيعى تدخل ضمن (+١) من الانحراف المعيارى للمتوسط ، و (٩٥ ٪) تدخل ضمن انحرافين معياريين (الشكل ١ , ٣١) .

وبهذه الحقيقة تستطيع القول : إنه إذا اكتملت المتطلبات الأخرى للعينة فإن المتوسط الذى توصلت إليه قد لا يساوى المتوسط الحقيقى للسكان . لأن س٪ تدخل ضمن نطاق (+س) انحراف معيارى من المتوسط الحقيقى ، وهذا هو حل مشكلة الخطأ فى العينة وتوزيعها ، فإذا استطعنا تحديد الهامش الذى لا يمكن عنده للمتوسط الحالى أن يختلف عن المتوسط الحقيقى ، فإننا بذلك نحقق الدقة فى نتائجنا .

ويسرى نفس المنطق على تحليل النسبة ، هذا الموضوع مهم لاستطلاع الرأى (فى الحقيقة جميع استطلاعات الرأى) تحسب بالنسب . ولنفرض أن المرشح (سميث) كان هدفه تحصيل (٥٢٪) من الأصوات فى الاقترا ع الذى يقام الثلاثاء القادم ، وكان هدف (جونز) تحصيل (٤٨٪) . فإلى أى مدى يمكن أن نكون واثقين من دقة الأهداف ؟ . تكمن المشكلة هنا فى خطأ العينة ، فإذا أخذنا عينة هامش الخطأ فيها (٥) نقاط مئوية ، فقط يكون الفائز (جونز) وليس (سميث) ، ومن هذا المثال يمكنك أن ترى أهمية مدى تحديد الباحث لهامش الخطأ لعينته التى يأخذها .

الشكل ١ , ٣١

قاعدة الأرقام العشوائية

	00–04	05–09	10–14	15–19	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49
00	54463	22662	65905	70639	79365	67382	29085	69831	47058	08186
01	15389	85205	18850	39226	42249	90669	96325	23248	60933	26927
02	85941	40756	82414	02015	13858	78030	16269	65978	01385	15345
03	61149	69440	11286	88218	58925	03638	52862	62733	33451	77455
04	05219	81619	10651	67079	92511	59888	84502	72095	83463	75577
05	41417	98326	87719	92294	46614	50948	64886	20002	97365	30976
06	28357	94070	20652	35774	16249	75019	21145	05217	47286	76305
07	17783	00015	10806	83091	91530	36466	39981	62481	49177	75779
08	40950	84820	29881	85966	62800	70326	84740	62660	77379	90279
09	82995	64157	66164	41180	10089	41757	78258	96488	88629	37231
10	96754	17676	55659	44105	47361	34833	86679	23930	53249	27083
11	34357	88040	53364	71726	45690	66334	60332	22554	90600	71113
12	06318	37403	49927	57715	50423	67372	63116	48888	21505	80182
13	62111	52820	07243	79931	89292	84767	85693	73947	22278	11551
14	47534	09243	67879	00544	23410	12740	02540	54440	32949	13491
15	98614	75993	84460	62846	59844	14922	48730	73443	48167	34770
16	24856	03648	44898	09351	98795	18644	39765	71058	90368	44104
17	96887	12479	80621	66223	86085	78285	02432	53342	42846	94771
18	90801	21472	42815	77408	37390	76766	52615	32141	30268	18106
19	55165	77312	83666	36028	28420	70219	81369	41943	47366	41067
20	75884	12952	84318	95108	72305	64620	91318	89872	45375	85436
21	16777	37116	58550	42958	21460	43910	01175	87894	81378	10620
22	46230	43877	80207	88877	89380	32992	91380	03164	98656	59337
23	42902	66892	46134	01432	94710	23474	20423	60137	60609	13119
24	81007	00333	39693	28039	10154	95425	39220	19774	31782	49037
25	68089	01122	51111	72373	06902	74373	96199	97017	41273	21546
26	20411	67081	89950	16944	93054	87687	96693	87236	77054	33848
27	58212	13160	06468	15718	82627	76999	05999	58680	96739	63700
28	70577	42866	24969	61210	76046	67699	42054	12696	93758	03283
29	94522	74358	71659	62038	79643	79169	44741	05437	39038	13163
30	42626	86819	85651	88678	17401	03252	99547	32404	17918	62880
31	16051	33763	57194	16752	54450	19031	58580	47629	54132	60631
32	08244	27647	33851	44705	94211	46716	11738	55784	95374	72655
33	59497	04392	09419	89964	51211	04894	72882	17805	21896	83864
34	97155	13428	40293	09985	58434	01412	69124	82171	59058	82859
35	98409	66162	95763	47420	20792	61527	20441	39435	11859	41567
36	45476	84882	65109	96597	25930	66790	65706	61203	53634	22557
37	89300	69700	50741	30329	11658	23166	05400	66669	48708	03887
38	50051	95137	91631	66315	91428	12275	24816	68091	71710	33258
39	31753	85178	31310	89642	98364	02306	24617	09609	83942	22716
40	79152	53829	77250	20190	56535	18760	69942	77448	33278	48805
41	44560	38750	83635	56540	64900	42912	13953	79149	18710	68618
42	68328	83378	63369	71381	39564	05615	42451	64559	97501	65747
43	46939	38689	58625	08342	30459	85863	20781	09284	26333	91777
44	83544	86141	15707	96256	23068	13782	08467	89469	93842	55349
45	91621	00881	04900	54224	46177	55309	17852	27491	89415	23466
46	91896	67126	04151	03795	59077	11848	12630	98375	52068	60142
47	55751	62515	21108	80830	02263	29303	37204	96926	30506	09808
48	85156	87689	95493	88842	00664	55017	55539	17771	69448	87530
49	07521	56898	12236	60277	39102	62315	12239	07105	11844	01117

...rce: George W. Snedecor and William G. Cochran, *Statistical* ... th ed. (Ames: Iowa State University Press, 1980).

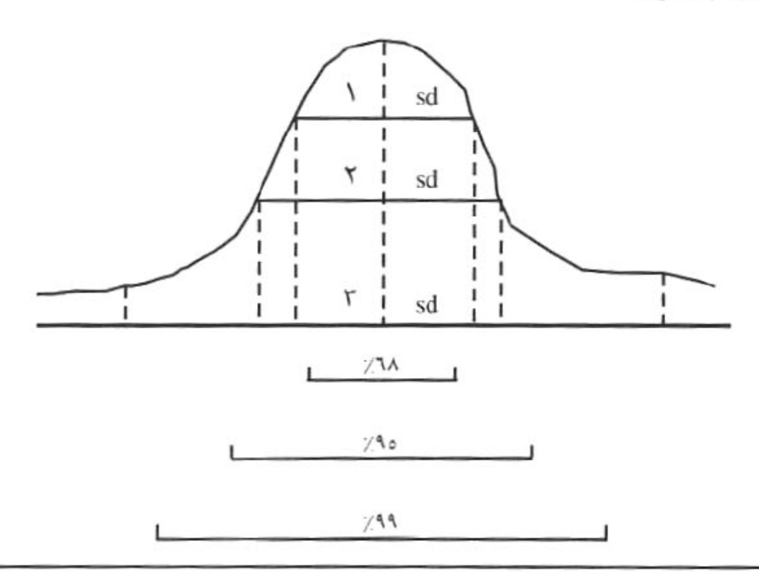
(قاعدة : ٣١,٢)

عينات من ٢٠ رقمًا مأخوذة من الشكل (٣١,١)

١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨

المتوسط : "Means"

النتائج (الوسائل) :



الشكل ١ ، ٣١ : يوضح الانحراف المعيارى فى عينات عشوائية .

(ب) – تحديد حجم العينة :

إليك واحداً من أكثر الأسئلة إثارة بالنسبة لطلاب بحث المسح : كيف يحدد حجم العينة المطلوبة للمسح المقرر ؟ كلما زاد حجم العينة نقصت نسبة الخطأ (على افتراض أن العينة قد تم أخذها بشكل ملائم) ، ولا شك أن هذا الخبر سار بالنسبة لك ، وهو الذى كنت تتوقعه . إلا أن تكلفة إنقاص الخطأ كبيرة ، فلا بد أن تزيد حجم عينتك على (٤) مرات وذلك لإنقاص مستوى الخطأ إلى النصف .

على سبيل المثال ، لنفرض أنك سألت (٢٥٠) شخصاً سؤالاً إجابته (نعم أو لا) وأن (٣٠٪) أجابوا بنعم . فإن هامش الخطأ لعينة مقامها (٢٥٠) هى حوالى + – ٨ . ٥ نقطة . والآن ، إذا ضاعفت العينة إلى (١٠٠٠) فإن هامش الخطأ سيقل إلى (٢ . ٩) أى نصف (٥ . ٨) . وإذا وصلت العينة إلى (٤٠٠٠) فسيقل الهامش إلى (١ . ٤) إلخ .

ومن النادر أن نأخذ عينات أكبر من (١٠٠٠ أو ٢٠٠٠) ، وغالبًا ما تتراوح عيناتنا بين (٣٠٠) إلى (٥٠٠) كما أن العينات من (٥٠ إلى ١٥٠) لا تفيد فى شىء إلا فى الظروف الخاصة ..

(جـ) - حساب حجم العينة :

١ - حدد مستوى الثقة الذى ترغب فيه (راجع الوحدة ٢٩) . لنقل أنك ترغب فى المستوى القريب من الكمال ، لكن عليك بالحل الوسط لتقليل التكاليف ، ولنقل أنك تريد التوصل إلى نتيجة صحيحة (٩٥) مرة من (١٠٠) عينة ، ولنقل (٩٥ ٪) من الثقة ، ولأن هذه الـ(٩٥ ٪) لها عامل ثقة يبلغ ١.٩٦ أو ٢ تقريبًا ، فإننا سنستخدم هذا العامل فى الحسابات أدناه (٩٩.٧ ٪ لها عامل ثقة يبلغ ٣) .

٢ - احسب مربع عامل الثقة : (١.٩٦)٢ = ٣.٨٤ ؛ (٢)٢ = ٤

٣ - حدد مستوى الخطأ الذى يمكن أن تقبله . يجب أن تكون أرقامك صحيحة بمقدار نقطة إلى نقطتين ، وهل بإمكانك أن تقبل هامش خطأ (٥) فما فوق ؟ . عمومًا دعنا نجعل الخطأ = (٥) .

٤ - احسب مربع مستوى الخطأ ، (٥) ٢ = ٢٥ .

٥ - حول مربع مستوى الخطأ المعيارى إلى مربع عنصر الثقة : ٣.٨٤/٢٥=٠.١٥ .

٦ - افترض أن (نعم / لا) هى طريقة إجراء مسح الاستبانة ، بحيث لا توجد هناك طريقة أخرى لتقدير نتائج البحث ، لنأخذ الافتراض الذى يقول إن نسبة نعم = ٥٠٪ ونسبة لا =٥٠٪ ولذلك فإن توزيع الافتراض بالتساوى سيقلل من نسبة الخطأ .

٧ - اضرب نسبة نعم x نسبة لا = ٥٠ x ٥٠ = ٢,٥٠٠ .

٨ - اضرب ناتج (٠.١٥) المستخرج من الخطوة الخامسة فى عدد المرات الناتجة من الخطوة رقم ٧ = ٢.٥٠٠ x ٠,١٥ = ٣٧٥ .

ولذلك إذا أردت أن تكون نسبة الثقة (٩٥٪) للنتائج بمعدل (+٥ أو -٥) فإن عينة من (٣٨٤) مطلوبة ، وهذا يمكن تطبيقه على عدد أى عينة ومع ذلك عندما يكون الباحث غير متأكد من عشوائية العينة ولذلك فإن العدد يجب أن يكون أكثر .

والآن : طبق العمليات أعلاه على الأرقام التالية ثم لاحظ كيف تتباين النتائج .

١ – مستوى الثقة : ١.٩٦ ، الخطأ المعيارى = ٢١٥ إذن حجم العينة = ... ؟

٢ – مستوى الثقة = ٣ ، الخطأ المعيارى = ٥ . حجم العينة = ... ؟

٣ – مستوى الثقة = ١.٩٦ ، الخطأ المعيارى ١.٧٥ حجم العينة = ... ؟

٤ – مستوى الثقة = ٣ ، مستوى الخطأ =٢.٥ ، احسب حجم العينة .

(د) – الانحراف المعيارى : إليك طريقة حساب الانحراف المعيارى :

١ – ضع قائمة من (٢٠) عدداً فى أحد الأعمدة .

٢ – خذ ناتج (مجموع الدرجات) ثم احسب مربع الناتج (مثال : ٥٠ x ٥٠ = ٢٥٠٠) وليكن هذا (مربع المجموع) .

٣ – احسب مربع كل عدد فى العمود (مثال : ٢ x ٢ = ٤) ثم اجمع النتائج ، اقسم الناتج على عدد الحالات (عدد الحالات ٢٠ هنا) وليكن (مجموع المربعات) .

٤ – اطرح مجموع المربعات من مربع المجموع .

٥ – اقسم الناتج على ن – ١ (هنا ٢٠–١= ١٩) وقل عنه (التباين) .

٦ – احسب الجذر التربيعى ، هذا هو الانحراف المعيارى .

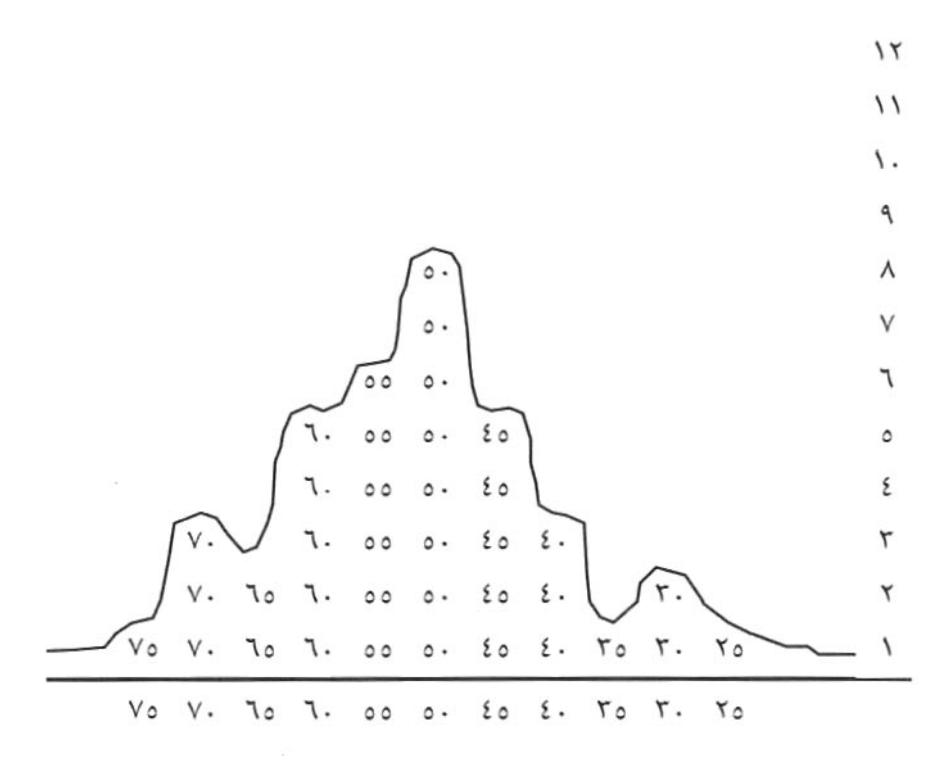
قد يطلب المعلم من طلاب الفصل – مستخدماً طريقة التصويت بالأيدى – أن يقوموا بتحديد أعلى وأقل عدد دون اعتبار للعمود الذى يحتويهما . ولنفرض أن طالباً توصل إلى متوسط ٢٥ (لأى عمود) ، وطالباً آخر توصل إلى متوسط ٧٥ ، فعلينا هنا أن ننقص الأصغر من الأكبر لنتوصل إلى مدى الأعداد المذكورة (أى أن جميع المتوسطات الأخرى ستكون بين الأعلى والأقل) . بعد ذلك نقسم المدى على عدد ما ، لنقل ١٠ ، وذلك لنجعل زيادات فى الاختلاف بين الأعداد . وإذا قسمنا ٥٠ على ١٠ فسنحصل على زيادة مقدارها ٥ . لذا فبإمكاننا فى هذه الحالة إعداد رسم بيانى ، كما هو موضح بالشكل (٣١.٢) .

قد يطلب المدرس من كل طالب أن يذكر المتوسط الذى توصل إليه مع تقريب الكسور لأرقام صحيحة ، فى كل مرة يتقرر فيها المتوسط يجب أن يوضع فوق الرقم

الذى قبله ، وبالطبع فإن معظم المتوسطات ستكون فى المدى (٤٠-٦٠) ، وهذه هى طبيعة توزيع المتوسطات ، وإذا حالفنا الحظ فإن توزيعنا للمتوسطات سيتمثل فى منحنى طبيعى ، أو على الأقل فى كروكى طبيعى .

إذا كان لدينا من (٨-٢٠) طالبًا فى الفصل ، وقام منهم بحساب (٨) متوسطات ، فسنحصل على (٦٤-١٦٠) . يمكن أن يكتب المدرس هذه المتوسطات فى رسم بيانى بنفس الطريقة الواردة فى الشكل (٣١.٢) وذلك حسبما تستدعى الحاجة للتوصل إلى الحكم .

وإذا أخذ الواحد منا متوسطات كافية ، فإنه سيتمكن من توقع شكل التوزيع ، ومن هنا يمكننا تحديد الخطأ المحتمل فى عينة محددة من الحجم (ن) .



شكل (٣١.٢) يوضح مرات التكرار ، ولكنه لا يوضح عينة محددة من السكان

سرد – لغة العينة :

العينة هى مجموعة من العناصر تمثل القطاع الأكبر للسكان ، مثال : إذا كنت لا تستطيع سؤال كل زملاء الفصل عن رأيهم فى تطويل الإجازات الدراسية ، فإنك ستختار عينة تمثل المجموع ، ومن أجل دقة النتائج لابد أن تختار هذه العينة بحرص .

العينة العشوائية البسيطة :

وكلمة بسيطة هنا تعنى أن عملية اختيار العناصر تتم بطريقة عشوائية غير منتقاة .

مجموع العينة (السكان) :

وتتكون من كل العناصر التى تشكل مجموعة معينة فى ظروف معينة . فمثلاً فى الجامعة يتكون مجتمع العينة من :

١ – كل الطلاب المنتظمين .

٢ – كل الطلاب الذكور من (٢٠) سنة فأكثر .

٣ – كل الطالبات المستجدات .. إلخ . والتركيز هنا على كلمة (كل) يكون فى وضع محدد .

المجتمع العام :

هى كل العناصر من نفس النوع ، مثال ذلك عينة البحث (٣٠٠) من المستجدين فى الجامعة ، ومجموع العينة هو كل المستجدين فى الجامعة ، والمجتمع العام هو كل الطلاب المستجدين فى جامعات الدولة ، أو حتى العالم .

الإحصاء :

مسح لكل العناصر فى الإطار .

وحدة العينة :

وهى اسم آخر (للعنصر) ووحدة العينة قد تكون أفرادًا أو مدنًا أو مربعات إحصائية ... إلخ .

إطار العينة :

تجميع وحدة أخذ العينة . مثلاً ، يمكن أن يكون الهاتف إطاراً لأخذ العينة إضافة إلى ملفات التسجيل فى الجامعة أو قائمة الناخبين المسجلين لأى مدينة .

معيار :

وصف لمتغير فى المجتمع الأصلى ، إن المعيار هو عبارة عن إحصائية اختصارية تستخدم لوصف المجتمع . والمثال على ذلك متوسط عمر الطلاب فى الجامعة الذى يعتبر معياراً للمجتمع .

وحدة القياس :

تماماً مثل (العنصر) ، وفى الوحدة التى تجمع منها المعلومات .

توزيع العينة :

تمثل توزيع النقاط على أى عينة منفردة ، افترض أن ارتفاع شجرة ما (٥٠) قدماً ، وقد طلبت من عينة تتكون من (٢٠٠) شخص أن يقدروا ارتفاع الشجرة ، فإن متوسط التقديرات فى الغالب لن يكون (٥٠) قدماً وإنما أكثر أو أقل برقم بسيط . ولنقل أن متوسط التقديرات هو (٤٦) قدماً . فإذا نظرنا عندها إلى المائتى تقدير فسيكون بعضها أقل من (٤٦) قدماً (ربما أقل بكثير) ، وبعضها سيكون أكثر من (٤٦) قدماً (ربما أكثر بكثير) ، والاختلاف بين أكبر رقم وأصغر رقم هو (المدى) . وإنه لمن المحتمل أن يكون توزيع أى عينة سينحرف عن الرقم (الصحيح) ، وبالتالى عن توزيع المجتمع .

توزيع المجتمع :

منطقياً يمكن تغطية جميع عناصر المجتمع ، وترسم النتائج وفى هذه الحالة يمكن أن ترى توزيع المجتمع ، ولكن هل يمكن أن يكون توزيع المجتمع مساوياً للرقم الصحيح ؟ . ليس من الضرورى (فى حالة ارتفاع الشجرة مثلاً) ، ولكن النقطة المهمة

هى أن توزيع العينة له علاقة مباشرة بتوزيع المجتمع .

توزيع العينة :

افرض أن إطار أخذ العينة الذى أنت بصدده كان دليل الهاتف ، وأنك سحبت (٤٠٠) عينة مكونة من (٢٠٠) رقم . ثم قمت برسم معدلات الـ(٤٠٠) عينة . ستجد أن رسوماتك البيانية ستكون على شكل منحنى (جرس) . والنقطة المهمة هنا هى أن توزيع العينة سيكون (متناظرًا) حتى ولو كان توزيع المجتمع غير ذلك . وهذه حقيقة رئيسية فى نظريات الإحصاء التى تسمح باستنباط نتائج واستدلالات إحصائية كثيرة .

الخطأ فى العينة :

افرض أنك تعرف مسبقًا متوسط أعمار الطلاب فى جامعتك ، وكاختبار لأخذ العينة قمت بأخذها من (٤٠٠) طالب وأخذت متوسط أعمارهم . ولن يكون متوسط العينة مساويًا للمتوسط الحقيقى ، فقد يكون متوسط العينة أكثر أو أقل بمقدار كبير أو بمقدار صغير ، والاختلاف بين متوسط العينة والمتوسط الحقيقى يسمى خطأ فى أخذ العينة .

الخطأ فى المعيار :

ويعرف بأنه الانحراف المعيارى مقسومًا على الجذر التربيعى لجمع العينة ، وهو بمثابة الانحراف المعيارى المعرف أدناه ، ويستخدم خطأ المعيار فى حساب الدقة المحتملة لمعدل العينة (وهى تقدير المجتمع) أو نسبة مئوية ، وكما هو الحال فى الانحراف المعيارى ، فإن حوالى (٦٨٪) من العينات تقع فى نطاق (+-١) فى خطأ المعيار عن الرقم الحقيقى .

و (٩٥٪) فى نطاق (+-٢ سالب أو موجب) كخطأ معيارى عن المعدل الحقيقى ، وعندما لا يتم حساب الانحراف المعيارى يمكن حساب خطأ المعيار وذلك بأخذ الجذر التربيعى للنسبة المئوية مضروبة فى النسبة المئوية (ن) وهو (١-ج) مقسومة على (ق) .

هامش الخطأ :

هو مدى الانحراف المحتمل لعينة ما (المتوسط) عن معدل المجتمع ، أى إنه الكمية التى يمكن أن ينحرف عنها معدل العينة عن المعدل الحقيقى (إذا أخذ بشكل صحيح) . افرض على سبيل المثال أن معدل المجتمع (الحقيقى) كان (١ر٢٠) بالنسبة لعينة مقدارها (٦٠٠) على مستوى ثقة مقداره (٩٥٪) ، فإن هامش الخطأ قد يكون (حوالى) (+-٦ . ١) أى أنه يمكنك توقع أى رقم بين (١ . ٢٠ + ٦ . ١) أو (١ . ٢٠ - ٦ . ١) ، ولكى ترى تأثير حجم العينة واستجابة النسبة المئوية لهامش الخطأ انظر الجدول (٣ . ٣١) .

مستوى الثقة :

يشير إلى كيفية اعتمادنا على النتائج وعادة ما يكون مستوى ثقة الباحثين هو ٩٥٪ أو ٩٩٪ (وضعت على شكل ج = ٠٥ . ٠ أو ج = ٠١ . ٠) .

الانحراف المعيارى :

هو مقياس ثابت لمدى الاختلاف عن المعدل .

جدول (٣١,٣) : الانحراف المحتمل (بالزائد أو بالناقص) للنتائج تبعًا لحجم العينة فقط (عامل الأمان فى ٢٠ إلى ١)

(Safety Factor of 20 to 1)

Survey Result Is:		1% or 99%	5% or 95%	10% or 90%	15% or 85%	20% or 80%	25% or 75%	30% or 70%	35% or 65%	40% or 60%	45% or 55%	50%
Sample of:	25	4.0	8.7	12.0	14.3	16.0	17.3	18.3	19.1	19.6	19.8	20.0
	50	2.8	6.2	8.5	10.1	11.4	12.3	13.0	13.5	13.9	14.1	14.2
	75	2.3	5.0	6.9	8.2	9.2	10.0	10.5	11.0	11.3	11.4	11.5
	100	2.0	4.4	6.0	7.1	8.0	8.7	9.2	9.5	9.8	9.9	10.0
	150	1.6	3.6	4.9	5.9	6.6	7.1	7.5	7.8	8.0	8.1	8.2
	200	1.4	3.1	4.3	5.1	5.7	6.1	6.5	6.8	7.0	7.0	7.1
	250	1.2	2.7	3.8	4.5	5.0	5.5	5.8	6.0	6.2	6.2	6.3
	300	1.1	2.5	3.5	4.1	4.6	5.0	5.3	5.5	5.7	5.8	5.8
	400	.99	2.2	3.0	3.6	4.0	4.3	4.6	4.8	4.9	5.0	5.0
	500	.89	2.0	2.7	3.2	3.6	3.9	4.1	4.3	4.4	4.5	4.5
	600	.81	1.8	2.5	2.9	3.3	3.6	3.8	3.9	4.0	4.1	4.1
	800	.69	1.5	2.1	2.5	2.8	3.0	3.2	3.3	3.4	3.5	3.5
	1,000	.63	1.4	1.9	2.3	2.6	2.8	2.9	3.1	3.1	3.2	3.2
	2,000	.44	.96	1.3	1.6	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.2	2.2
	3,000	.36	.79	1.1	1.3	1.5	1.6	1.7	1.7	1.8	1.8	1.8
	4,000	.31	.69	.95	1.1	1.3	1.4	1.4	1.5	1.5	1.6	1.6
	5,000	.28	.62	.85	1.0	1.1	1.2	1.3	1.4	1.4	1.4	1.4
	10,000	.20	.44	.60	.71	.80	.87	.92	.95	.98	.99	1.0
	50,000	.08	.17	.24	.29	.32	.35	.37	.38	.39	.40	.40

المصدر : الجمعية الوطنية للمذيعين ، (الكتاب الأولى لبحوث الإذاعة) ، واشنطن العاصمة ، NAB ، ١٩٧٦م .

مثال : عندما يكون حجم العينة (٥٠٠) ونتيجة المسح (٢٥٪) قد تكون متأكدًا (بنسبة ٢٠ إلى ١٠) أن هذه النتيجة لن تكون أكثر من (٣,٩) بالزائد أو بالناقص ، وبمضاعفة العينة إلى (١٠٠٠) نجد أن هذا الهامش أصبح (٢,٨) .

الوحدة (٣٢)
تصميم الاستبانة

مراجع مفيدة :

Louise H., Kidder : *Research Methods in Social Relations,* 4th ed., New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1981, pp. (78-159) .

تستند كثير من النظريات والبحوث على عينات المستجيبين ، وتكون الإجابات عادة بنفس جودة العينات . وينطبق هذا الكلام على تصميم الاستبانة ، ولذلك فإن استخراج البيانات من خلال هذه الاستبانات أمر سهل ، ولكن استنباط البيانات الجيدة أمر صعب إلى حد ما .

وقد قام كاتب مقالات افتتاحية فى صحيفة (بالتيمور سن – Baltimore Sun) بالتعبير عن هذه النقطة بشكل جيد وتحدثت مقالته عن نقد الأكاديمية الوطنية للعلوم لعملية استطلاع الآراء ، وفى تجربة حول الموضوع تم طرح سؤالين فى مجموعتين مختلفتين من المستجيبين . السؤال الأول : هل تعتقد أن الولايات المتحدة يجب أن تحرم الخطب العامة المضادة للديموقراطية ؟ .

السؤال الثانى : هل تعتقد أن الولايات المتحدة يجب أن تسمح بالخطب العامة ضد الديموقراطية ؟ ذكرت المقالة الافتتاحية أنه بالنسبة للسؤال الأول اعتقد (٥٤٪) من المستجيبين أن الخطب يجب أن تحرم ، أما بالنسبة للسؤال الثانى اعتقد (٧٥٪) أن هذه الخطب يجب ألا يسمح بها .

من المسلم به أن المعنى الضمنى لكلمة (تحريم) يختلف عن المعنى الضمنى لكلمة (يسمح) ، فكلمة (تحريم) قد ينظر إليها على أنها دليل على الديكتاتورية . أما كلمة (يسمح) فقد ينظر إليها على أنها أتت بسبب ظروف خاصة .

وعليه فإن التعبير عن الأسئلة يكون مشحوناً بالمخاطر ، لأن كلمة واحدة قد تعطى مفعولاً كبيراً وقد تتأثر الإجابة بالاختلاف فى شخصية المتلقى أو بالفكرة ذاتها ، أو قد تتأثر الاستجابة بالقبول الاجتماعى للجواب . وعلى سبيل المثال افرض أنه من المعروف

أن معظم الناس يقرؤون من (٢ إلى ٣) مجلات شهريًا ، ولكنك لا تقرأ شيئًا ، فهل من الممكن أن تبالغ فى وصف قراءتك كنوع من المراوغة لتجنب الإحراج ؟ وهنا يجب على واضع السؤال أن يتعلم كيف يميز بين هذه النوعية من المشاكل وأن يضع أسئلته بعناية .

تمرين :

(أ)

كتمرين على تصميم الاستبانات ، نقوم بإعداد استبانة خاصة بنا ونقول إننا نريد أن نعرف مقدار مشاهدة الطلاب للتلفاز . قد يبدو ذلك سهلاً جداً ، أليس كذلك ؟ ولكن علينا أن نكتب خمسة أسئلة لاستكشاف هذا الأمر . ولنتبع القاعدة التالية : لا تكتب على الورقة أى شىء لا تشعر فيه بالارتياح فيما لو ذهبت إلى المحكمة ودافعت عن نفسك ، وأنت تعلم كم يكون المحامون حريصين من هذه الناحية ، لذلك اختر الكلمات بعناية .

انتق الكلمات بعناية أثناء وضع البحث . فما المقصود بكلمة (مدى) ؟ هل تعنى التكرار ، أو الفترة ، أو المدة ، أو أن لها معنى آخر ؟ قرر بنفسك . ما المقصود بكلمة (طلاب) ؟ هل ا لمقصود بها طلاب الجامعة ؟ أم طلاب المدارس . وهل الطلاب منتظمون كليًا أم جزئيًا ؟ وهل الطلاب فى المراحل المتأخرة أم طلاب جدد فى الجامعة ؟ ، إلخ .

وما المقصود بكلمة (مشاهدة) ؟ هل يمكن أن تكون مشاهدة عرضية أم مشاهدة مخطط لها نسبيًا ؟ وما المقصود بكلمة نسبيًا ؟ وهل يجب أن تكون المشاهدة حديثة أم لأسابيع وأشهر ماضية ؟ أنت الذى تعرف ذلك ، لأنه لا يمكن لأى شخص آخر أن يفهم أفكارنا أكثر منا نحن . إذا كنا بصدد دراسة المشاهدة ، فيجب علينا أن نعرف ما إذا كان المستجيبون يملكون جهاز التلفاز أم لا ؟ وهنا علينا أن نطرح السؤال التالى (هل تملك جهاز تلفاز ؟) على كاتب الاستبانة أن يتوقع مدى الاستجابات الممكنة .

ماهى الاستجابات التى ستنتج عن السؤال التالى (هل تملك جهاز تلفاز ؟) بعض الإجابات ستكون (نعم ، أملك جهاز تلفاز ولكنه فى المنزل وليس هنا فى الكلية) .

وتكون العبارات التفسيرية مهمة أيضاً لأنها تعطى طعماً للإجابات السابقة للمستجيب ، فهو يجيب كشخص آخر (نعم أملك جهاز تلفاز ولكنه معطل ولذلك لم أشاهد التلفاز منذ أسابيع) . أو (نعم ، عائلتى تملك واحداً) أو (كنت أملك واحداً فى الماضى) ، ومن الواضح أن أناساً مختلفين يمكنهم أن يستخدموا نفس الكلمات ولكن بمعانى مختلفة ، وهذا يعتمد على أن الباحث يتوقع ذلك ويحسب له حساباً . وقبل أن تكتب أسئلتك الخمسة دعنا نحدد جملة البحث .

الجملة الأصلية : نريد أن نعرف المدى الذى يشاهد فيه الطلاب التلفاز .

والبيانات التى يمكن بواسطتها تحسين الجملة هى :

١ - من الذين ستوجه لهم الأسئلة ؟

٢ - كم شخصاً سيتم استجوابهم ؟ (هذا مهم لأنه سوف يحدد مدى الخطأ) .

٣ - ما نوعية العينة التى ستؤخذ (عشوائية أم منتقاة) ؟ .

٤ - ما هى البيئة التى ستؤخذ منها العينة ؟

٥- كيف ستعرف الأسماء والأفعال فى جملتك ؟

٦- اقترح مقاييس لأهدافك ، مثلاً نسبة مئوية بناء على عينة عشوائية ، اكتب الجملة المحسنة لقضية بحثك هنا .

(ب)

الآن وقد انتهيت من صياغة قضية بحثك (الهدف الذى تأمل تحقيقه) ، يمكن الآن كتابة أسئلة المسح الخمسة ، صمم الأسئلة التى من شأنها أن تكشف عن عادات المشاهد ، وليست الأسئلة التى تتعلق بعلم وصف السكان (السن ، الجنس ، المهنة ، إلخ) . يجب أن تنتقل الأسئلة بسلاسة من واحد إلى آخر ، واحرص على تصميم خيارات الاستجابة التى تحتوى على قدر كبير من الاحتمالات مثل :

السؤال (١) :

....

....

النقد :

....

....

السؤال (٢) :

....

....

النقد :

....

....

السؤال (٣) :

....

....

النقد :

....

....

السؤال (٤) :

....

....

النقد :

....

....

السؤال (٥) :

....

....

النقد :

....

....

الوحدة (٣٣)
سهولة / قابلية القراءة

مراجع مفيدة :

Rudolph Fleach : "A New Readability Yardstick," *Journal of Applied Psychology*, 32, 1948, pp. (33-221) .

Ron Smith: "How Consistently Do Readability Tests Measure the Difficulty of Newswriting," *Newspaper Research Journal, 5*, 1984, pp. (1-8) .

من أجل أن يحدث الاتصال يجب أن تضع الرسالة فى رموز معينة كأن تنقل وتستقبل ، ومن ثم تفك رموزها (تستوعب) . وقد يكون الفهم على درجات ، قد يستوعب شخص ما الرسالة بدرجة كبيرة أو قد لا يفهم منها شيئًا .

ولنفترض أن معظم المشتغلين بالاتصال ينجحون فى الفهم بدرجة كبيرة ، حيث تكون هناك أوقات تصبح فيها درجة الفهم غير أكيدة . إن الفشل فى طريقة الاتصال يكون نتيجة خلل فى قناة الاتصال نفسها ، مثلاً : تشويش فى اللاسلكى أو ضوضاء فى خط الهاتف . أو قد يكون الفشل ناتجًا عن عوامل فى المصدر (قد يفتقد المصدر للمصداقية) أو بسبب المستقبل (فقد يكون مشتت الذهن فى غير مكانه) . أو أن يكون السبب فى الترميز (مثلاً : اختيار الرموز غير المناسبة أو بعض الرموز التى لا يعرفها المستقبل) .

تمرين :

(أ)

يركز هذا التمرين على كتابة الرموز والاستيعاب ، ودرجة نجاح المتصل فى نقل المعنى من نقطة المرسل (أ) إلى نقطة المستقبل (ب) وكتابة الرموز هى المهمة الكبرى فى عمل المتصل الإعلامى ، وتتطلب تحويل الأحداث المعقدة إلى رموز وكلمات تحمل معلومات وصفية ورمزية . (لمعرفة المصطلحين السابقين انظر الوحدة ٣٦) .

ونحن نشير هنا إلى دراسة قابلية القراءة ، سواء كان الموضوع الذى كتبته أنت هو نفس الموضوع الذى فهمته أنا أم لا .

إن قابلية القراءة أمر مهم لكل من المصطلحات العملية والمصطلحات النظرية (نمو المعرفة) . وبالنسبة للنظرية يمكننا اختبار الاتصال ، بحثًا عن دليل للأنظمة والأنماط كما يمكننا البحث عن نغمة اللغة أو تركيبها أو عن معانٍ لم تذكر ، إن هذه المعرفة تساعد على التنبؤ بتواصل ناجح إلى حد ما .

وبعيداً عن النظريات ولأغراض السوق يمكننا اختبار سهولة القراءة كطريقة للتأكد من أن جمهورنا قد تلقى الخدمة ، مثال : افرض أنك محرر تحترم اللغة لدرجة المبالغة ، وتحب الكلمات الجميلة ، والعبارات المنمقة ، والإسهاب فى التفاصيل . افرض أنه بعد عدة سنوات قضيتها فى الكتابة وجدت أن كتابتك وكتابة الطاقم الذى تشرف عليه قد تحسنت ، ولكن جمهورك ـ فى المتوسط ـ لم يتغير . وأنت هنا تخاطر بترك جمهورك وراء ظهرك ، وهو ليس بالأمر المحبب بالنسبة للمتصل ! .

إن مستخدمى وسائل الإعلام ، وخصوصًا مديرى وسائل الإعلام يحتاجون إلى معرفة أسس مقاييس سهولة القراءة ، وهم يحتاجون لأن يكونوا قادرين على تقدير ما إذا كانوا يتصلون مع جمهورهم بشكل أعلى أو أقل من مستواهم المعتاد . وكما سترى فى الفقرات القادمة ، فإن المقاييس المعروفة اليوم غير دقيقة ، ولكنها كحد أدنى توفر معيارًا أوليًا ليكون مقياساً ، بحيث إذا ما استخدم بحكمة يمكن أن يكون مفيداً.

إن الدراسات الخاصة بقابلية القراءة هى من أقدم الدراسات الخاصة بحقل بحوث الاتصالات إن صح القول ، وهذا يشير إلى أن قابلية القراءة لم تكن من المجالات النشطة فى البحوث منذ (٢٠) عامًا أو أكثر . ومن أجل هدفنا ، سوف نفترض أن تاريخ هذه الدراسات يعود للفترة من العشرينات إلى الخمسينات ، وقد كان هدفها تطوير الصيغ التى يمكنها تقدير ما إذا كان الاتصال مقنعًا أم لا .

وعبر السنوات ، تم اقتراح الكثير من الصيغ ، ولكن لسوء الحظ ، فالصيغ المختلفة ينتج عنها أحيانًا حلول مختلفة ، وذلك بناء على الظروف اللغوية بالنسبة للموضوع قيد الدراسة .

ولو وضعت نفسك مكان الباحث . وكنت تدرس سهولة القراءة ، ما الذى سيتبين عنه ؟ أولاً ، يجب عليك أن تسأل : ما معنى قابلية القراءة ؟ .. من المفترض أنها تعنى

الاستيعاب ، وليست سرعة القراءة ، علمًا بأن معظم الصيغ لا تقيس الاستيعاب ، إنما تقيس مميزات اللغة .

وإذا كنت تدرس مميزات اللغة ، فما الذى ستبحث عنه ؟ فكر .. كيف تختلف كل كلمة عن الأخرى ، اكتب فى الأسفل عدة فوارق ممكنة بين الكلمات .

- بعض الاختلافات بين الكلمات :

(مثال : عدد الحروف فى كل كلمة)

- بعض الفوارق بين الجمل :

(مثال : عدد الكلمات فى كل جملة)

(ب)

بما أنك الآن حاولت التعرف على بعض خصائص الكلمات والجمل دعنا نستعرض بعض الاتجاهات التى يستخدمها الباحثون . وقد يكون مفاجئًا أن تعلم بوجود عشرات العناصر المرتبطة باللغة أو بالتنظيم والتى تلعب دوراً فى سهولة القراءة .

من إحدى الدراسات المبكرة فى العشرينيات دراسة اعتمدت بشكل كبير على فكرة تكرار الكلمة ، فلو ظهرت الكلمة بشكل متكرر يقال عندها إن هذه الكلمة لابد أن تكون (معروفة) وذلك يعزز الفهم . وفى عمل مضن تم اختيار أكثر من (١٠٠٠) كلمة مكررة ، وتم إعطاء أرقام عالية لأكثر الكلمات تكرارًا (ثلاث خانات فى الأعداد) كما تم إعطاء أرقام منخفضة للكلمات قليلة التكرار . أما الكلمات النادرة (أى الكلمات التى لم ترد ضمن قائمة الـ ١٠٠٠ كلمة) فأعطيت الرقم (صفر) . والطريقة المتبعة كانت عبارة عن اختيار عينات مكونة من ألف كلمة لكل عينة ثم حساب مدى المفردات وهو العدد الإجمالى للكلمات المختلفة لكل ألف كلمة . وكذلك حساب الكلمات ذات القيمة (صفر) ، أى الكلمات النادرة لكل ألف كلمة ، ثم حساب متوسط القيمة للكلمات ، غير أن الناتج لم يكن له معنى محدد بذاته ، فقد كان المطلوب مقارنته مع ناتج عينة أخرى ، ولذلك يمكن للفرد أن يميز بين كتابين على سبيل المثال لكن لن يكون لذلك مغزى كبير ، إذا احتسبنا ناتج عينة واحدة فقط .

ولو نظرنا إلى فترة الأربعينيات واطلعنا على عمل (رودلف فلش) فى هذا المجال ، لوجدنا أن عمله أصبح كأنه قاعدة توليدية رغم أنها ليست - بدون شك - القاعدة الوحيدة المستعملة . بدأ (فلش) أولاً بمحاولة استخدام مفهوم تجرد الكلمات ، وكون قائمة من حوالى (١٤٠٠٠) كلمة . ولكنه وجد لاحقًا أن عدد الزوائد (اللواحق والبدايات) يمكن استخدامها كمقياس تقديرى يعتمد عليه بنفس درجة التجرد . ثم وجد فلش أن بعض الكلمات المكونة من ثلاثة إلى أربعة حروف قد تكون أصعب من بعض الكلمات الأطول، مما حدا به أخيراً أن يتخلى عن الأخذ بالتجرد نهائياً .

هذا وقد استنتج (فلش) إمكانية قياس قابلية القراءة بما أطلق عليه (سهولة القراءة والاهتمام الإنسانى) . كما صاغ معادلات لكل من هذه المقاييس ، فسهولة القراءة يتم احتسابها بالطريقة التالية : [١]

- اضرب معدل طول الجملة - عينة مكونة من مائة جملة - فى (١,٠١٥) .
- اضرب عدد المقاطع لكل مائة كلمة فى (٠,٨٦٤) .
- اجمع الناتجين ، ثم اطرح (٢٠٦,٢٣٥) .

يفترض أن يكون الناتج بين (٠ و ١٠٠) . ذكر (فلش) فى تفسيره للعدد الناتج أن ناتجاً مقارباً لصفر يعنى عدم قابلية القراءة تقريباً بينما يعنى الناتج بين (٩٠ و١٠٠) سهولة كبيرة فى القراءة (لأى شخص متعلم) . أما الناتج بين (٨٠ و ٩٠) فيعنى أن المستوى يناسب مستوى قراءة الصف السادس الابتدائى ، بينما يعتبر الناتج بين (٥٠ و ٦٠) صعباً إلى حد ما ومناسباً لمهارات القراءة للصفوف من العاشر إلى الثانى عشر ، أما الناتج ما بين (٣٠ إلى ٥٠) فيعتبر على مستوى قراءة طلاب الجامعة ، وأخيراً يعتبر الناتج ما بين (٠ إلى ٣٠) صعباً جداً .

إلا أن (فلش) اعتبر قابلية القراءة لا تتكون من عامل سهولة القراءة فحسب ، بل من عامل الاهتمام الإنسانى كذلك . وعلى سبيل المثال قد تجذب مادة ما شخصاً لأنها تناسبه على صعيده الشخصى . وقد قام (فلش) بتعريف الاهتمام الإنسانى على أنه

(1) Rudolph Fleach : *The Art of Readable Writing,* (New York : Harper and Row, 1949, pp. (16-213) .

(استخدام الكلمات والمراجع الشخصية) ، فالكلمات الشخصية هى التى تشير إلى أشخاص أو تسمى أشخاصاً ، والكلمات التى تشير إلى أشخاص تتضمن الضمائر الشخصية ولكن لا تتضمن الضمائر المحايدة ، وقد قام (فلش) بحساب الاهتمام الشخصى على الشكل الآتى :

اضرب عدد الكلمات الشخصية لكل مائة كلمة فى (٣.٦٣٥) . ثم اضرب عدد الجمل الشخصية لكل مائة جملة فى (٠.٤١٣) ، اجمع الناتجين ، سيكونان قيمة الاهتمام الإنسانى وهى تقع بين (٠ و ١٠٠) . يعنى الصفر عدم وجود اهتمام إنسانى ، بينما تعنى المائة أن المادة مليئة بالاهتمام الإنسانى . وبشكل عام كلما قل الناتج قل الاهتمام الذى تثيره المادة ، إن أى ناتج بين (٠ و ١٠) يعنى أن الكتابة رتيبة ، كما أن أى ناتج بين (١٠ و ٢٠) يعنى أنها مثيرة للاهتمام قليلاً ، بينما يعنى الناتج بين (٢٠ و ٤٠) أنها مثيرة للاهتمام كثيراً ، وأخيراً يعنى الناتج بين (٦٠ و ١٠٠) أنها مثيرة للاهتمام للغاية أو أخّاذة .

وقد تم نشر هذه المعادلات التى أتى بها فلش فى فترة الأربعينيات . هل تتوقع أن هذه المعادلات دقيقة لقياس مهارة القراءة فى أيامنا هذه ؟ ولماذا ؟ (هل اختلفت مهارة القراءة للصف السادس اليوم عن عام ١٩١٤ ؟) اكتب جوابك فى السطور التالية :

....

....

....

فى بداية الخمسينيات قدم (روبرت جانينج) طريقة أبسط قليلاً لتقدير قابلية القراءة ، وكان نظامه مبنيًا على معدل طول الجملة بالكلمة وعلى عدد الكلمات ذات الثلاثة مقاطع أو أكثر لكل مائة كلمة . ويجمع الناتجان ويضرب ناتج جمعهما فى (٤ر٠) . حيث يظهر الناتج النهائى بتقدير مستوى الصف المدرسى للمادة المكتوبة .

فى عام ١٩٦٣م قام (وين لانيلسون وسام براين) بتطوير برنامج على الحاسب الآلى يسهل عملية حساب النواتج ، كما قاما بإنشاء ناتج لقابلية القراءة يشبه ما قدمه (فلش) .

وفى الختام علينا أن ندرس إجراء (كلوز) الذى أتى به (ويلسون ال تايلر) فى عام ١٩٥٥م . وهذا الاتجاه مبنى على ناحية واحدة من نظرية المعلومات وهى ناحية التكرار . ويبدو أن معظمنا يعتمد بشكل روتينى على جزء صغير جداً من الآلاف المؤلفة من الكلمات المتوفرة لنا ، فنحن نعتمد على (٥٠٠) إلى (٢٠٠) كلمة فى محادثاتنا غير الرسمية ، ولأننا نستخدم هذا العدد القليل من الكلمات المختلفة ، فلنا أن نتخيل ظهور كلمات عديدة مراراً وتكراراً . ويقوم مبدأ إجراء (كلوز) على أنه إذا تكرر ظهور الكلمات فيمكن التنبؤ بها بدقة ، وكلما ازدادت الدقة ازدادت بساطة أو وضوح الرسالة .

إليك هذه الجملة :

"... First Time I saw Paris , We .... Travelling with a Group from Germany"

لو توقفت عند هذه الجملة وفكرت فيها للحظة ربما تمكنت من تخمين الكلمات المفقودة ، فالكلمة الأولى يجب أن تكون (The) أما الكلمة الثانية فيجب أن تكون (Were) .

والآن لنفترض أن الكلمة التى سترتب بين الكلمات كانت مفقودة فى قطعة طويلة ، فإن الحد الذى يمكنك عنده معرفة الكلمة المفقودة بدقة يشير إلى صعوبة القطعة . وهذا مبدأ إجراء كلوز (الذى اشتهر بهذا الاسم لأنه يهدف إلى إتمام المعانى) .

تبين الأبحاث بشكل عام أن النتيجة التى تفوق (٦١٪) تظهر قراءة ذات مستوى مستقل (وليست صعبة أكثر من اللازم) ، بينما تبين نتيجة (٤١٪) أن المادة صعبة إلى حد ما ، ويمكن فهم هذه الأرقام ، حيث لو خمنت كل كلمة بشكل صحيح ، لحصلت على نتيجة (١٠٠٪) . واتضح أن المادة سهلة . أما لو خمنت بنسبة (٥٠٪) فأنت بين سهل للغاية ومستحيل ، وأما لو خمنت بنسبة (٢٥٪) فقط من الكلمات السليمة وكانت نتيجتك قابلة للمقارنة مع نتائج أخرى ، فمن الواضح أن المادة صعبة .

(جـ)

كيف يمكن لإجراء (كلوز *) أن يقف جنبًا إلى جنب مع مقاييس قابلية القراءة الأخرى ؟ وهذا أيضًا يعلل إمكانية صعوبة استيعاب كلمة قصيرة جداً ، ولكن لنعقد المقارنة بأنفسنا ، ونقيم القطعة باستخدام معادلتى (فليش وجانينج) .

ثم أدخل حساباتك هنا :

سهولة القراءة (فليش) :

٢٠٦.٨٣٥– ٠.٨٦٤ x معدل المقاطع لكل ١٠٠ كلمة – ١.٠١٥ x معدل الكلمات للجملة . (ارجع إلى المعادلة المشروحة فى الجزء «ب») .

أ – ٠.٨٤٦ x معدل المقاطع لكل ١٠٠ كلمة : ....

ب – ١,٠١٥ x معدل الكلمات للجملة : ....

جـ– أضف (أ) و (ب) : ....

د – اطرح ناتج (أ) و (ب) من ٢٠٦.٨٣٥ : ....

هـ – سهولة القراءة : ....

للتفسير انظر المناقشة فى الجزء (ب) .

المؤشر الضبابى لـ(جانينج) :

(مبنى على عينة من ١٠٠ كلمة) .

أ – عد ١٠٠ كلمة ثم اقسمها على عدد الجمل .

ب – أدخل معدل طول الجملة هنا : ....

جـ– أحص عدد الكلمات التى تتكون من ثلاثة مقاطع فأكثر : ....

* قطعة (كلوز) مأخوذة من كتاب *Mass Media Research* للمؤلفين Roger D. Wimmer و Joseph R. Domminick (بلمونت . كاليفورنيا : وادزوورث ، ١٩٨٣م) ، ص (٣٤٧) .

د - أضف (ب) و (جـ) : ....

هـ- اضرب النتيجة النهائية المتوفرة من (د) فى ٠.٤ : ....

و - أدخل صعوبة مستوى الصف : ....

راجع النتائج الثلاث (فليش وجانينج أعلاه وإجراء «كلوز» لـ«تايلور») ثم أجب عن الأسئلة التالية :

١ - هل هناك توافق بين النتائج ؟

....

....

٢ - هل هناك خلاف حول التعاريف ؟ هل الإجراء موضوعى تماماً ؟

....

....

٣ - هل يفشل أحد الاتجاهين إلى قابلية القراءة فى أخذ نواح مهمة من اللغة فى الحسبان ؟

....

....

٤ - هل يبدو لك معقولاً أن خاصتين من خواص فقرة ما يمكن أن تقوما بدقة بتقدير صعوبة القطعة على الاستيعاب ؟

....

....

٥ - ما نسبة الخطأ فى الحسابات ؟ أى إذا لم تكن المعادلات دقيقة تماماً ، فما مدى مصداقيتها ؟

....

....

الوحدة (٣٤)
تحليل المحتوى

مراجع مفيدة :

Morris Janowitz : "Content Analysis and the Study of Socio-Political Change," *Journal of Communication*, 26, 1976, pp. (10-21) .

يعد تحليل المحتوى من الأبحاث المشهورة فى مجال الاتصال الجماهيرى ، وذلك لسهولة الحصول على المادة الإعلامية عن طريق وسائل الإعلام . وحيث إن الرسالة يتم انتشارها بشكل واسع ، فإنه يمكن للباحثين الحصول على نسخ مكتوبة عن طريق وسائل الإعلام المطبوعة ، وكذلك الحصول على تسجيلات صوتية أو مرئية من الرسائل المبثوثة . وهذا يمكن الباحثين من تحليل رسائل وسائل الإعلام بعد نشرها بالقدر المرغوب من التفاصيل التى تخدم أغراضًا متعددة . فمثلاً بإمكاننا مقارنة محتوى المادة الإعلامية بوسائل إعلامية متنافسة - رسوم متحركة على قناة تلفزيون ABC مقابل رسوم متحركة على قناة تلفزيون NBC ، أو مقالات فى «نيوزويك» مقابل مقالات فى «تايم» صحيفة صباحية صادرة من مدينة ما مقابل صحيفة مسائية صادرة فى نفس المدينة وهكذا .

غير أننا نستطيع باستخدام تحليل المحتوى عمل أنواع أخرى من المقارنات والتحليلات ، فبالتحليل الدقيق لمحتوى منشورات معروفة ليبرالية أو محافظة ، ربما أمكننا تحديد ما يقصده الكتاب أو المحررون ، وما أرادوا إيصاله للقراء عبر رسالة معينة أو مجموعة رسائل . وعليه يمكننا التوصل إلى استنتاجات حول المقصد الذى يرمى إليه موجهو الرسائل .

وبالاعتماد على طريقة تحليل المحتوى هذه ، يمكننا ملاحظة الاختلافات فى أسلوب الرسالة، وقابلية قراءتها ، وطولها ، وموقعها ، ومرئياتها .. إلخ . وهناك عدد من التمارين التطبيقية للبحث فى ذلك .

وهناك عدد من الخطوات الضرورية التى تمكن من يتبعها من أداء تحليل للمحتوى يتمتع بالثبات والصدق على حد سواء . وعلينا أن نتذكر هنا أن معيار الثبات يعنى أن الباحث الذى يتبع طرق باحث آخر بحذافيرها يفترض أن يتوصل إلى نتائج مماثلة . كما أن معيار أو اختيار الصدق يعنى أن طرق البحث المستخدمة قد تم تصميمها بدقة وعناية لتقوم بقياس ما وضعت من أجله . ولا يجب أن تتم محاولة تحديد المستوى التعليمى للقراء البالغين لمجلة معينة عن طريق تحليل حجم الخط الذى تكتب به العناوين الرئيسية لتلك المجلة . فقياس حجم الخط قد يعطينا فكرة عن الفئة العمرية للقراء (حيث إنه كلما كبر حجم الخط زاد عمر القراء لأن البصر يضعف مع النمو فى السن بشكل عام) .

ولكن حتى نستنتج المستوى التعليمى ، علينا أن نحلل صعوبة النص : من بين كل ١٠٠ كلمة ، كم كلمة تتكون من ثلاثة مقاطع أو أكثر ؟ كم يبلغ طول الجمل ؟ ويحق لنا الافتراض بأنه كلما كان النص صعب القراءة والفهم ، كان القراء ذوى مستوى تعليمى متقدم (انظر الوحدة ٣٣) .

وتعريف (كيرلنجر) لتحليل المحتوى يشتمل على جميع الخصائص الضرورية . [١] فقد ذكر أن تحليل المحتوى هو الطريقة المنظمة والموضوعية والكمية لدراسة رسائل الاتصال وصولاً إلى قياس المتغيرات . وعليه فنحن نتعامل مع نظام (جدول) رقمى ينبغى أن يستخدم بطريقة موصوفة مسبقًا بشكل ثابت ، ومستقل ، لا دخل فيها للآراء الذاتية أو الشخصية. وفيما يلى الخطوات المذكورة مع بعض التوضيح :

١ - صياغة أسئلة أو فرضيات للبحث : لتحديد ما تم اكتشافه فى نهاية أى مشروع تحليل للمحتوى ، من الضرورى البدء بجمل أو عبارات عن العلاقات التى نعتقد بوجودها ، فقد نفترض أن مجلة «تايم» تقدم تغطية أكثر عن الدول الشرق أوسطية من الدول الأوروبية .

(1) F. Kerlinger, *Foundations of Behavioral Research*, 2nd. ed. (New York : -1- Holt, Rinehart, and Winston ; 1973) .

٢ - تعريف الجمهور : هل ستشمل الدراسة جميع أعداد (تايم) من الثلاثينيات حتى اليوم ، أم الأعداد الصادرة فى السنوات الثلاث الأخيرة فحسب ؟ لنقل أننا سنأخذ الخيار الثانى .

٣ - اختيار عينة من الجمهور : حيث يمكن أن يكون هناك ألف مقالة تغطى الدول التى تهمنا خلال فترة السنوات الثلاث ، بإمكاننا تقليل كمية العمل اللازم وإنجازه عن طريق الاختيار العشوائى حيث نختار عدداً واحداً لكل شهر من الأشهر الستة والثلاثين التى تعادل مجموع السنوات الثلاث . (انظر الوحدة ٣١ ، الجزء ـ أ) .

٤ - تعريف وحدة التحليل : هل سنقوم بتعريف القصة الواردة عن إحدى هذه الدول كقصة معنونة أم كقصة مرفقة بصورة ؟ أم نحصر وحدة التحليل فى قصة واحدة فقط لكل صفحة ؟ الجواب أننا سنأخذ كل قصة معنونة (ذات العنوان الرئيسى) .

٥ - بناء فئات المحتوى المراد تحليلها : بإمكاننا التعامل هنا مع فئتين فقط : (أ) المحلية ، التى سنأخذ بها على أنها موقع القصة مثل مصر ، إنجلترا .. إلخ ، و (ب) الطول ، أو مدى طول القصة إذا قيست بالعمود والبوصة .

٦ - تحديد نظام القياس الكمى : أحد المقاييس المتبعة هو أن نعتبر أن قصة ما تتبع لفئة القصص الأوربية أو الشرق أوسطية بناء على موضوع القصة . بحيث يكون ذلك مدخلاً واحداً . ومن المقاييس الأخرى أن نقوم بقياس طول القصة بالبوصة باستخدام مسطرة . إلا أننا سنواجه إشكالاً هنا ، هو أننا لا نضمن أن تكون جميع القصص مقسمة على ثلاثة أعمدة بعرض الصفحة . ويمكن تجاوز هذه العقبة بأن نستخدم القياس بالمساحة أى بالبوصة المربعة ، أو القياس بعدد القصص بدلاً من القياس بالبوصة . ومما ينبغى التنبه إليه هنا أن المرمز الذى يختار طريقة القياس بالبوصة يجب أن يتبع طريقة معينة ثابتة فى جميع قياساته .

٧ - إجراء دراسة أولية لتحديد مدى الثبات : ومن الضرورى هنا مراجعة عملية الترميز مع المرمزين للتثبت من تطابق قراراتهم . وهذا التطابق يجب ألا يقل عن (٩٠٪) . أما إذا كان أقل من ذلك فيجب تعريف نظام الترميز للفئات بشكل أدق (راجع الوحدة ٣٤ مرة أخرى) .

٨ - ترميز المحتوى : دع المرمزين يقومون بعملهم . ويجب ألا يشارك الباحث فى عملية الترميز كما يجب ألا يكون المرمزون على علم بالغرض الدقيق من الدراسة .

٩ - تحليل البيانات المحصلة : استخدم الجداول أو تحليلات الحاسب الآلى .

١٠ - الاستنتاج من البيانات : قرر ما إذا كانت البيانات تدعم الفرضية أم لا.

تمرين :

باستخدام الطريقة المذكورة أعلاه ، نقوم بعمل تحليل حقيقى للمستوى استناداً على مشروع نشر فى دورية الصحافة الربع سنوية (*Journalism Quarterly*) . [١]

إن الهدف هنا هو تحديد مدى طغيان الأخبار السيئة على الأخبار السارة فى التلفزيون . وكتدريب على ذلك ، لنعتبر أن محطة التلفزيون المعنية هى المحطة المحلية التى تعرض برامج شبكة (إن بى سى – N B C) ويمكن للمدرس أن يحدد قناة محلية بعينها أو أن يختار أحد القنوات الفضائية المعروفة لإجراء هذا التمرين . تقول فرضيتك إن الأخبار السيئة تطغى على نشرة الأخبار المحلية التى تبث مساء .

يتكون مجتمع الدراسة من نشرة الأخبار المسائية المحددة على هذه المحطة المعنية . وسنختار نصف الساعة الأول إذا كانت نشرة الأخبار أطول من ذلك . وبدلاً من اختيار عينة ، لنقم بتحليل نشرة واحدة كاملة (أو نشرتين إذا كان الفصل الدراسى كبيراً) ونعاملها كما لو كنت تهدف إلى إجراء الاختيار المبدئى لهذا المشروع .

وستكون وحدة التحليل هى الحدث أو القصة الإخبارية ، ولك حرية اتخاذ القرار فى اختيار ما يناسب من النشرة ويكون صالحًا للتحليل ، (وتتوفر القصص المختلفة عن المواضيع التالية ، ولكن لك الحرية فى اختيار ما تشاء منها) .

١ - الأخبار : ـــــ نعم ـــــ لا

٢ - الطقس : ـــــ نعم ـــــ لا

٣ - الرياضة : ـــــ نعم ـــــ لا

٤ - الأعمال ، البورصة : ـــــ نعم ـــــ لا

عندما تقرر أى القصص تختار وأيها تستبعد من تحليل المحتوى ، انظر إلى جدول (٣٤-١) وهو عبارة عن ورقة ترميز تحتوى على جميع المعلومات التى تحتاجها لبناء فئات المحتوى التى ستحللها (وهى الخطوة رقم ٥ من عملية تحليل المحتوى) .

(1) Gerald C. Stone and Elinor Grusin : "Network TV as the Bad News Bearer" *Journalism Quarterly, 61*, (Autumn 1984) , pp. (23-513,592) .

جدول : (٣٤،١) ورقة ترميز الأخبار التلفزيونية السارة مقابل الأخبار السيئة

القناة : .... الشبكة : .... التاريخ : .... وقت نشرة الأخبار : ....

م	وصف قصير للقصة	المنشأ (أ)	طول القصة (ب)	خبر سار	خبر سيئ	غير المنصف	مصحوب بمقطع فيلمى
١							
٢							
٣							
٤							
٥							
٦							
٧							
٨							
٩							
١٠							
١١							
١٢							
١٣							
١٤							
١٥							
١٦							
١٧							
١٨							
١٩							
٢٠							

بالنسبة لهذا الموضوع ، تعد الخطوة الخامسة هى الأصعب فى التعامل معها لأن علينا التوصل إلى تعريفات حول ماهية الأخبار السيئة مقابل الأخبار السارة . وهذه المشكلة معقدة ، وقد ظهرت مراراً فى أدبيات الأبحاث فى هذا المجال ، إلا أن أحداً لم يتوصل إلى تعريفات ثابتة وراسخة يمكن أن تكون نموذجًا يحتذى به . كيف لك أن تحدد تعريفًا معينًا يتيح للمرمزين الذين يعملون معك أن يقرروا وضع قصة معينة فى الفئة السليمة (السيئة أو السارة) و بنسبة ثبات تبلغ (٩٠٪) ؟

ستلاحظ على الفور حاجتك لمجموعة من التعليمات بِسُمْك الدليل البريدى كى يتبعها المرمزون فى اتخاذ قراراتهم . ولكن لن يكون هناك وقت لذلك أثناء مرور قصة سريعة لا تستغرق أكثر من (١٥) ثانية ، وهناك مشكلة الفردية فى اتخاذ القرار ، فمثلاً قد يعتبر المرمز صاحب الأفكار المحافظة أن انتخاب سياسى ليبرالى خبر سيئ .. إلخ .

وهناك أيضاً مشكلة الكم ، فلو كان ستون فى المائة من القصة خبراً ساراً وأربعون فى المائة منها خبراً سيئًا ، فتحت أى فئة تندرج ؟ وهناك أيضاً قصص يصعب اتخاذ قرار بشأنها ؛ كخبر مسيرة طلابية أدت إلى إغلاق مؤقت لأحد مصانع المواد الكيماوية المحلية ، أو الطعن فى الحكم على سجين محكوم عليه بالإعدام ... إلخ . وبشكل عام أنت تتعامل مع فئة كبيرة يبدو أنها تتحدى الترميز ، فهل يمكنك حل هذه المشكلة ؟ .

إليك الطريقة التى حل بها كاتبو المقالة المشكلة (المرجع المذكور) . فقد قاموا بتعريف الخبر السار على أنه خبر تعتبره الغالبية العظمى من الناس فى المجتمع المحلى (مدينتك) خبراً ساراً ، ومن أمثلة ذلك إنشاء مبنى أو افتتاح متجر جديد ، والأخبار السارة دائمًا إيجابية ومتفائلة ، أما الأخبار السيئة فهى العكس تماماً ؛ كهدم مبنى أو إغلاق نشاط تجارى ، وهى دائمًا سلبية . وباستخدام هذه الفئات الواسعة جداً ، يمكن للمرمزين التوصل إلى نفس القرارات حول ثلاثة أرباع القصص فى نشرة أخبار واحدة ، ولكن لسوء الحظ ليس ذلك كافياً .

الحل هو استخدام الفئة الثالثة ، الأخبار غير المصنفة ، وقد استخدم المرمزون هذه الفئة عندما استعصى عليهم تصنيف القصة كأخبار سارة أو سيئة ، أو عندما كانت

القصة متوازنة بين الخبر السار والسيئ ، أو عندما اعتقد المرمزون أن غالبية الناس فى المجتمع لم يعتبروا القصة خبراً ساراً أو سيئًا ، وقد حث المرمزون على عدم استخدام الفئة الثالثة غير المصنفة إلا فى الحالات القصوى ، أى فى حالة استنفاد طاقاتهم لتحديد فئة القصة فقط .

وفى الختام ، تم ضم جميع القصص المختلف عليها إلى الفئة الثالثة غير المصنفة . وعليه لو اختلف مرمز مع آخر فى تصنيف قصة ما كخبر سار أو سيئ ، ذهبت القصة إلى الفئة غير المصنفة ، إذا قمت بهذا المشروع فى فصل دراسى ، فربما تعذر عليك القيام بذلك لأن القصص المتفق عليها بين اثنى عشر مرمزاً فأكثر ستكون قليلة جداً . غير أن التمرين يبقى مثيراً للاهتمام لأنه بإمكانك إحصاء الأخطاء فى هذه الفئة ومن ثم ملاحظة تأثير ذلك فى مقدار الاعتمادية العام .

ومن الفئات الأخرى التى يشملها البحث رقم القصة ، الذى سيستخدم لاحقًا لتحديد ترتيب ورود القصة فى نشرة الأخبار ، ومنشأ القصة ، سواء كانت محلية أو على مستوى الولاية أو الإقليم أو الدولة ، أو طول القصة أيضًا ، وهل صاحب القصة فيلم أو مقاطع مصورة ؟ وهل الفيلم متحرك أو صورة ثابتة أو بدون صورة على الإطلاق ؟ .

إن الخطوة السادسة هى نظام التحديد الكمى ، لاحظ هنا وجود قياسين دقيقين جداً ، هما : نقطة المنشأ ، وطول القصة ، إلا أن هذين القياسين يتم تحديدهما عن طريق التخمين ، لأننا لن نوفر ساعات توقيت أو خرائط للمرمزين ، ومع ذلك لن نتوقع الكثير من الاختلافات فى أى من الفئات ، ويمكننا تغيير نظام التحديد الكمى . فمثلاً قد لا يختلف المرمزون على منشأ القصة إذا كانت فى منطقة المدينة أو فى الولاية أو فى أى مكان خارج الولاية إلا أن التصنيف الإقليمى قد يسبب مشكلات . وفى الواقع فإن أكبر مشكلة واجهها الباحثان (ستون وجروسين) هى فئة الوقت ، لأن كثيراً من قصص الأخبار المتلفزة تبث فى مقاطع تستغرق إما (١٥ أو ٣٠) ثانية ، فلو استغرقت إحدى القصص ما يقرب من (٣٠) ثانية فإن المرمزين قد يصنفونها زمنيًا فى فئة (١٥ إلى ٢٩) ثانية أو فئة (٣٠ إلى ٦٠) ثانية . وهكذا كان طول القصة ، (وهى الفئة التى تبدو

أكثر الفئات دقة فى القياس حيث يمكن قياسها باستخدام ساعة توقيت) ، أقل دقة من تحديد الخبر السيئ أو السار . وعلى أى حال ، هناك رمز لمنشأ القصة وهو من (١ إلى ٤) ، كما أن لطول القصة الخبرية رمزًا هو من (١ إلى ٤) ، أما عنصر قيمة الخبر تصنيفيًا فيحدد كميًا إذا أصر المرمز على أحد الأعمدة الثلاثة (الخبر السار ، الخبر السيئ ، الخبر غير المصنف) ، كما أن خانة المقطع الفيلمى المصاحب للخبر يمكن أن يؤثر فيها إذا توفر المقطع الفيلمى ، وحين تكتمل الأوراق يمكن أن تطغى على هذه الفئات الخبرية الثلاث وفئة المقطع الفيلمى قيمًا رقمية .

أما الخطوة التالية فهى إجراء عملية رمزية لمدة نصف ساعة باستخدام النموذج ثم القيام بمراجعة جماعية للمرمزين للتأكد من الموثوقية ، كما هو موضح فى (الوحدة - ٣٥) .

(أ) رمز منشأ القصة : (١) محلى ، (٢) فى الولاية ولكن خارج حدود المدينة ، (٣) إقليمى ، ولكن خارج الولاية ، (٤) وطنى ، ولكن خارج الإقليم .

(ب) رمز طول القصة : (١) أقل من ١٥ ثانية ، (٢) ١٥ إلى ٢٩ ثانية ، (٣) ٣٠ إلى ٦٠ ثانية ، (٤) أكثر من ٦٠ ثانية .

رسم المرمز : ....

الوحدة (٣٥)

موثوقية أو ثبات المقاييس فى تحليل المحتوى

مراجع مفيدة :

William A., Scott : "Reliability of Content Analysis: The Case of Nominal Coding," *Public Opinion Quarterly,* 19, (fall 1955) pp. (25-321) .

افرض أن صديقًا أخبرك بالتالى : {مللت من رؤية الأخبار السيئة فى الصحف يوميًا . لماذا ؟ لقد قرأت آخر عددين من الصحيفة ، واستطيع القول إن (٤٠٪) من القصص الإخبارية تتعلق بحوادث العنف والكوارث} . ويمكن القول مجازًا إن صديقك كان يقوم بنوع من البحث ، ولو أنه قام به بأسلوب بسيط (بدائى) وغالبًا غير دقيق ، لقد كان صديقك يستخدم (تحليل المحتوى) وهو أسلوب بحث مستخدم فى العلوم الاجتماعية لتجميع البيانات حول قضية ما أو مشكلة معينة .

كيف يمكنك أن تكون متأكدًا من تقدير صديقك ؟ لنلق نظرة على عدة نقاط فى المشكلة :

١ - إن صديقك تحدث عن صحيفة بعينها ، إذن فالدراسة شملت عينة من نوع واحد من الصحف ، وقد تكون هذه الصحيفة متشابهة أو مختلفة مع الصحف الأخرى ، لا نعلم ، لذلك لا نستطيع التعميم .

٢ - أى عدد من الصحيفة تفحصه صديقك ؟ ولماذا ؟ هل تفحص عددًا من قصص العنف غير العامة ؟ . ولماذا تفحص عددين فقط ؟ ألم تكن الدقة أكثر لو أن حجم العينة كان أكبر ؟ .

٣ - بالنظر إلى الأعداد المتتابعة ، هل ظن صديقك ـ خطأ ـ أن الأخبار التى نشرت من أول اليوم كانت أخبارًا مختلفة عن العنف والكوارث ؟

٤ - ما هو تعريف صديقك للأخبار السيئة ؟ إن هذا التعريف مهم ، حيث يضع النسبة المئوية لدرجات الدراسة ، وإذا ما قام شخصان باستخدام تعريفين مختلفين ، فمن المحتمل أن يحصلا على نتيجة مختلفة .

٥ - هل قام صديقك بتفحص الصفحة الأولى فقط ؟ أم أن التفحص تضمن الصفحات الداخلية ؟ ماذا كان تعريفه للقصة الخبرية ؟ هل اعتبر العمود قصة لكاتب ما ؟ مرة ثانية ، قد يكون لهذا تأثير كبير على النسبة التى تحققها الدراسة ككل .

إن كل واحدة من نقاط النقد هذه تدل على الحاجة إلى ما يشار إليه فى البحث باسم (معيار الثبات) . إن هذا المصطلح يطرح السؤال التالى : إذا قام شخصان يستخدمان نفس المعايير باختيار نفس المادة (هنا محتويات صحيفة) ، فهل سيصلان إلى نفس الاستنتاجات عن طبيعة المادة ؟ فى أثناء تفسير بيانات تقود إلى نظرية ، يكون معيار الثبات أمراً أساسياً .

افرض أنك رغبت فى إعادة ما قام به صديقك من دراسة ، إنك ستقوم باختيار عددين مختلفين من الصحيفة ، أو نفس العددين اللذين اختبرهما ، فالنتائج التى ستحصل عليها ، إما أن تكون مشابهة للنتائج التى خرج بها صديقك ، أو تكون مختلفة عنها . وفى كلتا الحالتين ، فإن هناك نقاطاً يجب استعراضها . إذا كانت البيانات متباينة بشكل ملحوظ ، فإنه من السهل التخلص منها كونها فقدت عنصر ثبات . والإجراء المناسب هو تعريف المصادر المحتملة للخطأ ، وإعادة الدراسة بحرص أكبر بكثير . ولكن افرض أن مجموعتى البيانات كانت متشابهة لدرجة كبيرة ، وافرض أن صديقك قد صنف كل قصة ، ووجد (٤٠٪) منها تحتوى على أخبار سيئة ، بينما وجدت أنت أن (٣٨٪) منها تحتوى على ذلك ، فهل تشعر بالاطمئنان إلى أن دراسة صديقك كانت دقيقة إلى حد ما ؟

ربما ، ولكن سيعتمد ذلك على أمور معينة ، افرض أن الأرقام كانت متشابهة ، ولكنك اعتبرت (أ ، ب ، جـ) أخباراً سيئة ، بينما اعتبر صديقك أن (د ، هـ ، و) هى الأخبار السيئة ، لقد توصلنا إلى نتيجة متشابهة ولكن بيانات مختلفة . وبدلاً من ذلك ، لنقل أنك اعتبرت (أ ، ب ، جـ) أخباراً سيئة وصديقك اعتبر (أ ، ب ، د) أخباراً سيئة . ويمكنك القول إن المرمزين كانا دقيقين بنسبة ٦٦٪ (قل إنها ٢ من ٣) . ولكن هناك احتمالاً آخر هو أنه ربما كان هناك واحد أو ٢ من الاستجابات (الصحيحة) بالصدفة .

فى أى موقف اختيارى / إجبارى ، يمكن توقع درجة الاتفاق . فإذا أعطيتنى ثلاثة خيارات وطلبت منى أن أقوم بالاختيار المناسب ، فسوف يكون جوابى صحيحًا بالصدفة المحضة بنسبة واحد إلى ثلاثة فى كل مرة . والنقطة المهمة هنا هى أنه حتى معيار الثبات للنسبة المئوية المسجلة قد تكون مضللة .

لنقل أن باحثًا ما قام باختيار مائة قصة إخبارية ووجد أن أربعين قصة منها تحتوى على أخبار سيئة ، وقام باحث آخر باختيار نفس المجموعة من القصص ، واتفق مع الباحث الأول على (٣٥) قصة من الأربعين . إن خمسة أخطاء تمثل معدل خطأ نسبته (٤٠/٥) أى (٥ . ١٢ ٪) ، أو معدل دقة بنسبة (٥ . ٨٧٪) .

إن هذه النسبة من الدقة مرضية ، حيث إن أبحاث تحليل المحتوى نادرًا ما تصل درجة الثبات فيها إلى نسبة (١٠٠٪) ولكن إذا كانت بعض إجاباتنا الصحيحة جاءت بالصدفة ، فنحن نحتاج إلى أن نقنن معدل الدقة . وهناك عدة احتمالات ولكننا نتمنى أن نركز على احتمال واحد ، (سكوت باى) .

قام (ويليام أ. سكوت) ، الذى كان يعمل لدى معهد الأبحاث الاجتماعية فى جامعة مشيجان بنشر مقالة قصيرة عن معيار الثبات فى (دورية الرأى العام – *Public Opinion Quarterly*) فى خريف عام ١٩٥٥م . وهذا المقال معروف على نطاق واسع وغالبًا ما يقتبس منه ، وهو أحد الاتجاهات المتعددة المهمة لتحسين تقديرات معيار الثبات . ومعادلة (سكوت باى – Scott's Pi) هى :

$$Pi = \frac{(Po - Pe)}{(I - Pe)}$$

حيث إن Po تعنى : نسبة الاتفاق الملاحظ ، و Pe تعنى نسبة الاتفاق المتوقع استنادًا إلى المصادفة .

إن مجال الوقوع فى الخطأ الوحيد فى هذه المعادلة هو فى حساب نسبة الاتفاق المتوقع على أساس الصدفة .

قم بتربيع وجمع النسبة المئوية للاستجابات الموجودة فى كل خيار للاستجابة ، مثلاً إذا قام مرمز بتصنيف (٦٠٪) من القصص كأخبار محايدة و (١٥٪) كأخبار سارة

و(٢٥ ٪) كأخبار سيئة يمكنك أن تقوم بالتربيع والجمع : (٦٠٪)٢ + (١٥٪)٢ + (٢٥٪)٢ = ٠.٤٤ = Pe .

والخطوة الثانية في المعادلة هي تأسيس نسبة الاتفاق بين مرمزين ، ومن أجل التسهيل ، لنقل أن مرمزين اتفقا بنسبة (٨٠٪) من الوقت ، لنضع الآن الرقمين معاً : ٠.٤٤ و ٠.٨٠ في المعادلة :

$$Pi = \frac{(٠,٨٠ - ٠,٤٠)}{(١ - ٠,٤٤)} = \frac{٠,٣٦}{٠,٥٦} = ٠,٦٤$$

تخبرنا درجة Pi أن نسبة الثبات المعدل لموضوع الترميز (معادلة يحسب فيها حساب الاتفاق بالصدفة) كانت وبشكل كبير أكثر تواضعاً من نسبة (٨٠٪) البسيطة التي لاحظناها أولاً ، وعليه فقد تنبهنا إلى أننا يجب أن نفسر نتائجنا بانتباه أكبر ، أو أن نتخلص من البيانات ونحاول تحسين موضوع الترميز .

تمرين :

ما يلي هو تمرين سوف تتشجع من خلاله على استخدام معادلة (سكوت) . اختر أولاً صحيفة ، وغالبًا ستكون الصحيفة اليومية التي تخدم مدينتك ، تفحص القصص في الجريدة وقرر إذا ما كانت تحتوي على أخبار سارة أو سيئة أو أنها أخبار غير محددة (محايدة) أو غير مصنفة (غير مصنفة النوع) . عند الانتهاء من تقييم (٢٠) قصة مبتدئًا بالصفحة الأولى ، عليك أن تطلب من زميلك في الفصل أن يقيم نفس القصص . (عليك الاحتفاظ بنسختك من الصحيفة ثم منحها لشريكك في العملية) .

استخدم الجدول (١ . ٣٥) لتسجيل تقييماتك ، ولكن لاتدع شريكك يرى هذه التقييمات ، وهذا سيوضح إلى أي حد سوف تتفق أنت وشريكك على تصنيف القصص ، ثم قم بالتصحيح لتجنب احتمال أن يكون اتفاقك مع شريكك بالصدفة ، وهذا ليس باختبار لمهارتك أو معرفتك . كما أن هذا التمرين يجب ألا يشكل أي نوع من التحدي أو الخوف ، إنه مجرد اختبار درجة ثبات الترميز .

الجدول : (٣٥,١) نموذج الترميز لتمرين الموثوقية أو الثبات

م	القصة (العنوان)	الصحيفة	رقم الصفحة	أخبار سارة	أخبار سيئة	أخبار غير محددة
١						
٢						
٣						
٤						
٥						
٦						
٧						
٨						
٩						
١٠						
١١						
١٢						
١٣						
١٤						
١٥						
١٦						
١٧						
١٨						
١٩						
٢٠						

وإليك بعض التعليمات الخاصة : لاشك أن القصص ستحتوى على بعض الأخبار السارة وبعض الأخبار السيئة ، وسوف يكون عليك أن تقرر المحتوى العام للقصة . فإذا كانت بمجملها نوعًا واحدًا أو غير ذلك ، صنفها حسب تركيزها الغالب إما سارة أو سيئة ، لا ترمز المعلومات الخاصة بالطقس إلا إذا كتبت فى صياغة خبرية ، لا ترمز الصور والأخبار الخفيفة والفكاهات ما لم تكن الفكاهات محتوية على ما نستطيع اعتباره خبراً ، لا تصنف العناوين منفصلة عن القصص نفسها ، لا تقفز عن أى قصة إخبارية قصيرة .

تنطبق (Scott's Pi) على زوج من المرمزين ولكن غالبًا ما يحتوى الترميز على أكثر من اثنين ، فى هذه الحالة يجب على الطلاب الاهتمام باستخدام الآتى :

١ – الطريقة التى اقترحها (جى . ال . فليس) وهى (قياس اتفاق الميزان الاسمى من ضمن كثير من المصنفين : *Psychological Bulletin, 76* ، (١٩٧١م) : ص ص (٨٢ – ٣٧٨) .

٢ – الطريقة المقترحة من قبل روبرت كريج وهى (تعميم مؤشر سكوتس للاتفاق بين المرمزين) «دورية الرأى العام» : *Public Opinion Quarterly 45,* (١٩٨١م) ص ص (٢٦٠ – ٢٦٤) إذا كان اهتمام الطلاب منصبًا على تناغم الاستجابات لمجموعة من العناصر ، فإن اختبار الموثوقية قد يكون معامل «كودر – ريتشاردسون» . انظر

James Bruning and B. L. Kintz : *Computational Handbook of Statistics,* 2nd. ed. (Glenview, I11.: Scott, Foresman, 1977).

الاسم / ....

موجز البيانات وتحليل الثبات :

١ – مجموع عدد القصص التى تم دراستها: ....

٢ – نسبة القصص المصنفة على أنها أخبار غير محددة : ....
(تجنب الأخبار غير المحددة) .

٣ – نسبة القصص المصنفة على أنها أخبار (سارة) : ....

٤ – نسبة القصص المصنفة على أنها أخبار (سيئة) : ....

بالنسبة للعناصر (٢ و ٣ و ٤) أعلاه ، ربّع النسبة وضعها هنا :

أخبار غير محددة : ....

أخبار سارة : ....

أخبار سيئة : ....

أضف التربيعات الثلاث : ....

المجموع هو Pe = ... ٪ المتوقعة .

لاستخراج (Po) فى معادلة (Scott) ، سيكون من الضرورى لك العمل مع طالب آخر . وهذا الطالب يجب عليه اختبار نفس مجموعة القصص التى اختبرتها وأن يضع إشارات فى ورقة الإجابة لتصف الأخبار السارة والسيئة وغير المحددة ، قارن بين مجموعتى الترميز ، وأدخل علامة (+) لكل اتفاق ، وعلامة (–) لكل اختلاف أيضاً .

احسب رقم الاتفاقات واقسمه على المجموع الكلى للقصص الإخبارية ، ستكون النتيجة هى نسبة الاتفاق بين المرمزين . مثلاً ، إذا اختبرت (٢٠) قصة واتفقتما على (١٦) منها ، ستكون بنسبة اتفاقكما هى (٨٠٪) .

الآن عليك أن تكون مستعداً وتحسب المعادلة وما عليك إلا أن تضع الأرقام التى استخرجتها مكان الرموز فى المعادلة ونظر العملية المطلوبة .

ضع قيمة (Pi) هنا : ....

إذا كان ذلك ممكنًا ، ناقش فى الفصل كيف تقارن (Pi) التى استخرجتها مع (Pi) التى استخرجها زملاؤك فى الفصل .

الوحدة (٣٦)
التباين الدلالى أو قياس مدلول الكلمات

مراجع مفيدة :

Charles E. Osgood, Edward E. Ware, and Charles Morris: "Analysis of the Connotative Meanings of a Variety of Human Values as Expressed by American College Students." *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 62. 1961. pp. (62-73) .

قام فى أوائل الخمسينات بتقديم مصطلح (التباين الدلالى) كاصطلاح لقياس المعنى كل من (أوسجود) و(تاننبوم) و(سوسى) من جامعة الينوى [١] . واليوم ، يعتبر التباين المعنوى من أكثر أدوات القياس استخداماً - إن لم يكن قد استخدم أكثر من اللازم - فى بحوث علم الاجتماع .

إن الاختلافات تنطبق على جميع قضايا تصميم الأبحاث ، ويمكن للمرء أن يلاحظ أن التباين المعنوى فى أفضل حالاته يعتبر أداة جيدة . وفى أسوأ حالاته (تبعاً لأساليب البحث الضعيفة ، وليس لضعف فى الأداة نفسها) يمكن أن يؤدى إلى استنتاجات خاطئة . وهذه الوحدة مهمة لتعريف وتعويد الطالب على هذا الأسلوب واستخداماته .

لاحظ (دايفد بيرلو) أن (المعانى) لا توجد فى الكلمات ، إنما هى موجودة فينا نحن . بمعنى آخر ، كلمة مثل (طاولة مكتب) لا تملك معنى موحد يستخدمه جميع الناس ، فمعنى الكلمة يتوقف على قصد وإطار مرجعية وخبرة المستخدم . مثلاً ، هناك طاولات خشبية ، طاولات معدنية ، طاولات مكسوة بـ(الفورمايكا) ، طاولات لها (هوية) ، طاولات قديمة ، طاولات للمدينة ، طاولات أخبار .. إلخ . ومعنى كلمة (طاولة مكتب) يعتمد على الشخص الذى يستخدمها ، وإلى أى حد ينتقل قصد المستخدم إلى المستمع . وضع (أوسجود Osgood) مفهوم (الفراغ المعنوى - Semantic Space) ، ويعنى أن الكلمة تقال لتشغل فراغاً بثلاثة أبعاد . ومعنى الكلمة يمكن تتبعه فى أى اتجاه ، من

---

(١) تشارلز أى أوسجود ، جورج جيه ، سوسى ، وبيرسى اتش تانونباوم : قياس المعنى . The Measurement of meaning . مطبعة جامعة الينوى ، ١٩٧١م ، ص ص (٨٢ - ٨٤) . Urban a . Ill .

الحد الأقصى للامعنى ، إلى أقصى حد للمعنى . وبدلاً من أن يكون للكلمة معنى واحد ، يمكن أن يكون لها عدد من المعانى هى المعانى (الدلالية) ، ولذا فإن مشاعر أو أحاسيس الفرد تجاه كلمة معينة أو شيء معين يمكن تمثيلها كتراكمات أو عناقيد فى الفرا غ المعنوى .

تحدد العناقيد بواسطة تحليل إحصائى يعرف بالتحليل العاملى وقد وجد (أوسجود) وزملاؤه أن المعانى عادة ما تحتوى على ثلاثة أنوا ع من العناقيد وهى : التقييم ، الإمكانية ، النشاط .

إن الجانب التقييمى أصبح مهمًا للغاية فى ميدان قياس الاتجاهات أو المواقف . فمثلاً ، يمكن وضع مجموعة متسلسلة من المصطلحات المستخدمة فى التقييم على شكل فهرس للاتجاهات (كمقياس موجز) بشرط أن يكون هناك دليل على إمكانية فهرسة تلك المصطلحات . إن الفهرسة غير المناسبة للمصطلحات التقييمية تعد مشكلة خاصة من شأنها أن تنشأ من استخدام غير وا ع للتباين المعنوى . لنفترض مثلاً : أن ذلك الموقف الذى قد نتفق عليه يساوى مجموع سبعة مقاييس معنوية مختارة ، فالموقف أو هدف الموقف قد يكون هو المفهوم الذى يصنف بواسطة سبعة مقاييس (معرفة فى التمرين فى آخر الوحدة) كما يلى :

هدف الموقف : ضابط الشرطة

جيد : ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ سيئ

٧ ٦ ٥ ٤ ٣ ٢ ١

قاس : ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ رحيم

١ ٢ ٣ ٤ ٥ ٦ ٧

.... إلخ .

إن النقطة الوسطى فى مقياس التباين المعنوى هى الإجابة بـ(لم أستقر على رأى بعد) أو (ليس لدى رأى فى ذلك) ولكن ليس من الضرورى أن يكون لهذين الجوابين نفس المعنى ، (ليس لدى رأى فى ذلك) يمكن أن تعنى أن المستجيب ليس له أى شعور خاص تجاه ذلك الشيء ؛ بينما تعنى (لم أستقر على رأى بعد) أن هناك شعورًا ما لكن مع عدم استقرار ، إن خيار (لم أستقر على رأى بعد/ ليس لدى رأى فى ذلك) قد تم

ضمه هنا لأننا لا نريد أن نجبر المستجيبين على خيار (إيجابى / سلبى) فى الوقت الذى قد لايملكون فيه ، فى واقع الأمر ، الخيار أو القرار .

أخيراً ، يمكن ملاحظة أن خيارات الإجابات السبع يمكن أن توضع لها الدرجات من (+٣ إلى -٣) أو من (١ إلى ٧) . ولمعظم الأغراض ، فإن الخيار الثانى هو المقنع ، ويجب على الباحث أن يقرر ، هل يضع أقل درجة للإجابة السلبية أم للإيجابية ، ومن ثم تطبيق ذلك بصفة منتظمة ومتناسقة .

يقوم المستجيب بتصنيف (ضابط الشرطة) بناء على كل واحد من المقاييس ، ولكن افرض أن واحداً أو أكثر من المقاييس وجد أنها تقيس أبعاداً مختلفة ، ربما أن مجموعة من المقاييس تقيس بعداً ما (مهما كان هذا البعد) . ومجموعة مقاييس أخرى تقيس أبعاداً أخرى مختلفة . قد تكون الأبعاد أيضًا متوازنة ، واحد يميل إلى الإيجابية قليلاً ، وآخر يميل للاتجاه السلبى قليلاً . وفى هذه الحالة ، إذا حاولت أن تجمع أو تربط (بجدول) بين المقاييس ، فقد تكون نتائجك مضللة بشكل كبير .

يمكن أن تتطرق لهذه المشكلة باستخدام التحليل العاملى للتأكد من أن المقاييس تقيس نفس الأبعاد . لنقل أنك استخدمت مجموعة من (١٠) مقاييس ، قد يظهر تحليل العامل أن (٧) منها مترابطة رياضياً ، وهذا يعنى أنها تتجمع فى اتجاه واحد أو عامل أساسى ، ولكن قد يكوّن اثنان من المقاييس مجموعة (عنقود) صغيرة ، والمقياس النهائى يفترض مع ذلك بعد آخر . بوجود هذا الدليل بحوزتنا ، يمكننا أن نتخلص من المقاييس الثلاثة غير الضرورية ، مع الاحتفاظ بالسبعة المتبقية واستخدامها كجدول (دليل) للموقف تجاه ضابط الشرطة .

لقد رأيت سابقًا (أعلاه) أن مقاييس التباين المعنوى تستخدم ما يسمى بالصفات القطبية (المتضادة) ، مثلاً : (جيد - سيئ) ، (قاس - رحيم) ، (ضعيف - قوى) ، .. إلخ . وتعرض المقاييس عادة سبعة خيارات من الاستجابة . ويجب الانتباه والتأكد من أن خيارات الاستجابة على مسافات متساوية تقريباً ، وأن تكون الصفات متعاكسة .

مثلاً ، هل كلمة (غير مدرب) هى عكس كلمة (ذو مهارات) ؟ . هل من الحكمة لنا أن نستخدم كلمة (ذو مهارات) كصفة معاكسة لكلمة (غير ذى مهارات) ؟ . هل كلمة (بدائى) عكس كلمة (متحضر) ؟ . ونفس الانتباه والاهتمام يجب استخدامه أثناء تسمية خيارات الاستجابات .

مثلاً ، إذا ما انحدرنا من : (للغاية) إلى (نوعًا ما) ، إلى (قليلاً) ، فهل هذه الفروق الثلاثة ستكون على نفس المسافات ؟ . ستعطى الإرشادات اللازمة لتسمية خيارات الاستجابات للتباين المعنوى فى التمرين الوارد فى نهاية هذه الوحدة .

لا تعرض معظم الأدوات أكثر من سبعة خيارات لكل سلسلة (إيجابى - سلبى) لأن التدرج المعنوى يصبح مبهمًا .

وما يأتى عبارة عن مجموعة من المقاييس المعنوية . أولاً ، اقرأ بعناية القسم الذى يعطى التعليمات الخاصة بإكمال التباين المعنوى . طبق كل واحد من مقاييس الصفات على مفهوم (ضابط الشرطة) . لا تتجاهل أى مقياس . أشر على خانة واحدة فقط لكل مقياس بوضع علامة (X) .

هدف الموقف : ضابط الشرطة

حاد ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير حاد
جيد ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ سيئ
قوى ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ ضعيف
كاف ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير كاف
محبب ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير محبب (مكروه)
رحيم ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ قاس
عالم ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ جاهل
معلوم ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ مجهول
لين ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ قاس (صلب)
مخفف ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ مؤلم
ضرورى ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير ضرورى
متحرك ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير متحرك (ثابث)
سريع ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ بطىء
سعيد ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ حزين
كفء ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير كفء

قد تلاحظ أن النموذج الإيجابى لكل زوج من الصفات يتوافق مع جانب واحد للأداة أعلاه ، وفى الغالب يكون من الأفضل تبديل خيارات الإجابة من جانب لآخر . لتجنب أى (إجابات متحيزة) ، أو رغبة (ميل) الأشخاص فى أن يكملوا الإجابة عن التصنيف بشكل آلى (وبدون تفكير) . والوجه الآخر من المشكلة هو أن المقاييس المعكوسة قد تجعل بعض المستجيبين يقعون فى الخطأ . ولكن ، لنفترض أنك لم تقم بأخطاء ، عندها يمكننا أن نسير قدماً فى تحليلنا للعلامات .

إن مقاييس التباين المعنوى غير مصممة لتحليل مستجيب واحد ، لذلك ، فالمدرب قد يرغب فى اختبار الاستجابات فى الفصل وذلك يجعل عدة أشخاص يملؤون الاستبانة . وقد يكون من المثالى - مع أنه صعب التحقيق - فى حالات كثيرة أن المدرب قد يدخل البيانات فى تحليل العامل لتعريف المقاييس التى تتجمع (تشكل عنقوداً) ، أى إنها تملك علاقات رياضية وتوضح بُعداً أساسياً . وعلى أساس تحليل العامل ، فإن مؤشر المقاييس يمكن تشكيله (تكوينه) بالنسبة للاستجابات التى يمكن اختبارها .

وإذا كان تحليل العامل غير مجد ، فهناك طريقة أخرى أبسط ، يمكن تقسيم الفصل إلى مجموعتين ذكور وإناث ، لمعرفة المواقف بالنسبة (لضابط الشرطة) ، هل هى متباينة تبعاً لاختلاف الجنس ؟ . ولكى نضع الدرجات ، نعطى أكثر الإجابات إيجابية (٧) ، والإجابة التى تليها فى الإيجابية (٦) ، .. إلخ ، و بهذا نعطى أقل الإجابات إيجابية (الأسوأ) (١) .

وعلى كل طالب / طالبة أن يجمع درجاته / درجاتها . وبعدها يمكن للمدرب أن يجمع درجات الذكور ، ودرجات الإناث ، وأن يقوم بمقارنة سريعة لمتوسطات الدرجات ، ويمكن استعمال اختبار - ت (T - test) أو تحليل التباين (ANOVA) .

نموذج التأشير :

١ - لكل زوج من الصفات (مثلاً : حار - غير حار) أعط لنفسك درجة من (١ إلى ٧) .

٢ - اجمع الدرجات لـ (١٦) زوجاً من الصفات .

٣ - على المدرب أن يجمع درجات جميع الطلاب لكل جنس على حدة فى الفصل على السبورة أو على الآلة الحاسبة .

٤ – اقسم المجموع لكل جنس على عدد الطلاب فى كل مجموعة .

متوسطك : ....

متوسط مجموعة الذكور : ....

متوسط مجموعة الإناث : ....

فإذا تم استخدام : اختبار – تى (T- test) أو اختبار (أنوفا – ANOVA) تحليل الفرق ، ضع البيانات فى جدول كما يلى :

درجات الإناث	درجات الذكور
١ – (الدرجة المتوسطة)	١ – (الدرجة المتوسطة)
٢ –	٢ – ....
٣ –	٣ – ....

إلخ ، لعدد الطلاب فى الفصل .

تمرين :

إرشادات لإكمال التباين المعنوى : (فى أثناء قياس المعنى) عرض (أوسجود) وآخرون إرشادات نموذجية لإكمال التباين المعنوى .

أولاً : يجب على الباحث تعريف مفهوم القياس .

ثانيًا : يجب على الباحث أن يوجد مجموعة المقاييس المعنوية (مثال : جيد ، سيئ ، مقبول ، غير مقبول) .

ثالثًا : يجب على المستجيب أن يضع علامة على واحد من الفراغات السبعة لكل مقياس . وعلى المستجيب أن يقرر إلى أى درجة يرتبط عنصر المقياس بمفهوم البحث ، مثال : إذا كان المقياس مرتبطًا بشكل وثيق جداً بالمفهوم ، يجب على المستجيب أن يضع علامة (X) كما يلى :

مقبول : ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ غير مقبول

١ – مرتبط بشكل وثيق جداً .

٢ – مرتبط بشكل وثيق نوعًا ما .

٣ – مرتبط قليلاً .

٤ – محايد .

٥ – غير مرتبط قليلاً .

٦ – غير مرتبط نوعًا ما .

٧ – غير مرتبط إطلاقًا .

يعتمد اتجاه الإجابة على الموقف الشخصى من المفهوم . يجب أن يضع المستجيبون علامتهم في منتصف الفرا غ (لتجنب الخلط) ولحساب علامة واحدة فقط لكل مقياس . يجب ألا يترك أى مقياس بدون علامة ، كما يجب عدم المرور جيئة وذهابًا على العناصر .



الوحدة (٣٧)
منهجية (Q) فى البحث الاجتماعى

مراجع مفيدة :

H.D. Olson and A. G. Gravatt : "The Q Sort as an Attitudinal Measure," *College Student Survey*, 2, 1968, pp. (13-22) .

William Stephenson : "Some Observations on Q Technique," *Psychological Bulletin*, 49, 1952, pp. (98-483) .

J.R. Wittenborn : "Contribution and Current Status of Q Methodology," *Psychological Bulletin*, 58, 1961, pp. (34-132) .

تستخدم منهجية (Q) فى بحوث العلوم الاجتماعية ، وهى منهجية تتطلب استخدام نوع من أنواع التحليل العاملى ، وهى كذلك أسلوب إحصائى يوظف العلاقات الترابطية والمتلازمة الدلالة لتحديد العلاقات الإحصائية بين المتغيرات .

وعلى سبيل المثال فإن التحليل العاملى لمجموعة من مقاييس التباين الدلالى (انظر الوحدة - ٣٦) قد يظهر أن المقاييس المتعددة تمثل بعداً أساسياً يشكل النسبة المئوية (س) من مجموع الاختلافات فى الدرجات . وقد تمثل مقاييس أخرى فى المجموعة بعداً آخر - على سبيل المثال ، تم سؤال بعض الطلاب لتقييم مفهوم الإجهاض على مجموعة من مقاييس دلالات المعانى ، وعندما تم اختبار استجاباتهم عن طريق التحليل العاملى ، كان واضحًا أن الاستجابات شكلت بعدين مختلفين ، هما (الوسيلة والتأثير) . ولقد شمل البعد الأول مقاييس مثل : (ضرورى ، عادل ، صحيح ، إنسانى ، إلخ ..) بينما كانت مقاييس التأثير (نظيف ، لطيف ، معتن بغيره ، مراع لمشاعر غيره ، إلخ ..) . ولكن فى طريقة (كيو Q) يكون التحليل العاملى مختلفًا ، فبدلاً من قياس العلاقات الإحصائية بين المتغيرات ، فإن اختبار عامل (Q) يخبرنا أن الأشخاص (١ و٢ و٤) كانت استجاباتهم مشابهة بشكل كبير لأوضاع الاختيار .

وعليه فإن الاستجابة لتصنيف البيانات تسمح لنا بتصنيف الأفراد بدلاً من تصنيف المقاييس ، وبعد أن كانت طريقة (Q) وعامل (Q) مثيرتين للجدل فى البداية ، فقد أصبحتا مفيدتين جداً نظراً لإسهاماتهما فى تطوير نظرية الاتصالات .

تمرين :

ما هو المسلسل التلفزيونى المفضل لديك ؟

قد يكون السؤال سهلاً جداً للإجابة عنه وربما قد يكون صعبًا ، وذلك يعتمد على مدى مشاهدتك للتلفزيون ، ولكن هل يمكنك ذكر ثامن عرض تلفزيونى مفضل لديك ؟ ، أو ما هى نوعية البرامج التى تفضلها ؟ . أو هل يمكنك وضع برنامج واحد فى نفس المقياس ضمن برامج متعددة ؟ . وحيث يوجد الكثير من مسلسلات التلفزيون فى الموسم الواحد ، فإن معظم الناس يجدون صعوبة فى عملية الاختيار . وهذا مثال يتوقف على نوعية المواقف التى يمكن لمنهجية (Q) مساعدة الباحث فيها ، كما أن هناك أمثلة أخرى كثيرة . وهذا بيان لذلك :

١ - سوف يقوم مدربك بكتابة عشرين مسلسلاً تلفزيونيًا حاليًا على السبورة أو على الورق ، اكتب عناوينها فى العشرين خانة الفارغة الموجودة فى نهاية التمرين .

٢ - افصل الأصناف الخمسة للبرامج (مثل : الرومانسية ، الدراما ، كوميديا الموقف ، إلخ ..) . وضعها بشكل متواجه ومتماثل على طاولتك .

٣ - قرر أى نوع من الأصناف الخمسة تفضل أكثر واكتب رقم (١) بين الأقواس . قرر اختيارك الثانى وضع الرقم (٢) بين الأقواس . قم بنفس العملية للأصناف الخمسة ، عندما ترقم الأصناف الخمسة ضعها بالترتيب من (١) إلى (٦) من اليسار إلى اليمين . وهكذا سيكون الاختيار المفضل لديك على اليسار والاختيار الأقل تفضيلاً لديك على اليمين .

٤ - والآن افصل قائمة العشرين برنامجًا (يجب أن تكون قد كتبت عناوين البرامج فى الشعرين خانة مسبقًا) وصنفها حسب التصنيف المناسب . مثال : المسلسل التلفزيونى (The Guiding Light) يجب أن يوضع فى صنف المسلسلات النهارية . ويمكن وضع أكبر أو أقل عدد فى عناوين البرامج فى كل صنف حسب رغبتك .

٥ - عندما تنتهى الخطوة رقم (٤) رتب البرامج التلفزيونية فى كل صنف فى مرتبة بالتسلسل . مثال : افرض أن لديك خمسة برامج فى صنف المسلسلات النهارية ، اختر برنامجك المفضل من بينها ، واعط رقم (١) ثم اختر رقم (٢) وهكذا .. إلخ .

٦ - انظر ثانية لترى إذا كنت بحاجة لعمل ترتيبات أخرى ، فإذا قررت أن تكون المسلسلات النهارية فى الدرجة الثالثة لديك فى التفضيل بدلاً من الثانية فقم بتغييرها ، تأكد بأن أصنافك مرتبة من اليسار إلى اليمين حسب التفضيل أى أن الأكثر تفضيلاً فى اليسار والأقل تفضيلاً فى اليمين . ولكن لا تقض وقتًا طويلاً فى مرحلة الترتيب لأنه قد يكون من المستحيل الوصول إلى الكمال .

٧ - كخطوة أخيرة ، يمكنك القيام بإعادة ترتيب شريحة البرامج الفردية ، على سبيل المثال قد تكون قد وضعت برامج كوميديا الموقف فى صنف الأقل تفضيلاً ، ولكن برنامج (تشيرز - Cheers) قد يكون البرنامج الوحيد الأكثر تفضيلاً لديك على التلفزيون .

إذا نزعت شريط تحديد الأصناف الآن فيمكن بسهولة ترتيب العشرين برنامجًا فرديًا فى ترتيبك النهائى للأفضلية . ضع الأشرطة التى تم ترتيبها من التقدير الأكثر إلى التقدير الأقل فى الرزمة (١) وفوق الأشرطة فى الرزمة (٢) ، إلخ .. ويصبح الناتج لدينا مجموعة من عشرين برنامجًا تلفزيونيًا مع اختيارك الأول فى الأعلى واختيارك الأقل تفضيلاً فى الأسفل .

فى أقل من (١٥) دقيقة ، قمت بإكمال مهمة كان من الممكن أن تستغرق كثيراً من الصبر والجهد وقد تسبب الإحباط إذا ما أجبرت على تنفيذها واتخاذ قرارك بين عشرين برنامجًا تلفزيونيًا دون مساعدة منهجية (Q) . وبدون (Q) كان من الممكن أن تمل وتستسلم ، أما مع (Q) فإن الأمر أصبح ممتعًا .

( ) رومانسية / دراما	( )	( )
	( )	( )
( ) إثارة / مغامرات	( )	( )
	( )	( )
( ) مسلسلات نهارية	( )	( )
	( )	( )
( ) كوميديا الموقف	( )	( )
	( )	( )
( ) الأخبار والمعلومات	( )	( )
	( )	( )

الوحدة (٣٨)
إرشادات الجمعية الأمريكية لبحوث الرأى العام

مراجع مفيدة :

M. Mark Miller and Robert Hurd : "Conformity to AAPOR Standards in Newspapepr Reporting of Public Opinion Polls," *Public Opinion Quarterly, 46,* (summer. 1982) pp. (49-243) .

قامت المؤسسة الأمريكية لبحوث الرأى العام (AAPOR) بالاشتراك مع المجلس الوطنى للاستفتاءات العامة بوضع قائمة الإرشادات التى يجب أن تستخدمها وسائل الإعلام لكى تكشف لقرائها عن كيفية إجراء استطلاعات الرأى . وهذه المعلومات هى الحد الأدنى مما يجب توضيحه للقراء أثناء شرح جزئيات استطلاع الرأى ، وبذلك يتمكن القراء من تقييم النتائج التى ترد فى التقارير الصحفية ، والإرشادات التى ترد مع شروحها عند الحاجة هى كالتالى :

١ - من هو الممول ؟ . (الذى نظم أو مول إجراء استطلاع الرأى) .

٢ - متى تم إجراء استطلاع الرأى ؟ . ما مدى حداثته ؟ . ما هى الأحداث المصاحبة للاستطلاع ؟ .

٣ - ماذا كان المحتوى للتعريف الخاص بمجتمع البحث الذى أخذت العينة منه ؟ . ما هى المجموعة التى كونت استطلاع الرأى ؟

٤ - كم كان حجم العينة المأخوذة ؟ كم عدد الأشخاص أو الحالات التى تم مسحها ؟ كم كانت نسبة الكمال (التمام) ؟

٥ - كيف تم عمل المقابلات الشخصية ؟ هل بالبريد أو بالهاتف أو بالمقابلة الشخصية ؟ .

٦ - كم كان هامش الخطأ ؟

٧ - أى النتائج تم استقاؤها بواسطة جزء من العينة فقط ؟ وإذا كانت النتائج معتمدة على التقارير فى أقل من كامل العينة ، فكم عدد الحالات التى استجابت للنتائج ؟ .

٨ - كيف كان أسلوب الأسئلة ، ما هى الكلمات المستخدمة فيها ؟

يجب إضافة نقطة تاسعة إلى الإرشادات بحيث تكون كما يلى :

- هل كان استطلاع الرأى مستنداً على عينة احتمالية يكون فيها لكل عضو من المجتمع حصة متساوية بأن يتم اختياره فى العينة ؟ . وإذا لم يستخدم استطلاع الرأى الاحتمالية ، فإن (AAPOR) لن تعتبره إجراء قابلاً للنشر بخصوص استطلاع الرأى .

تمرين :

إن استعراض قائمة الإرشادات شىء واستخراجها شىء آخر ـ كصحفى أو كباحث أو كواضع لنظريات الاتصالات الذى يحاول تقييم قوة تقرير البحث ـ ومن أجل هذا التمرين يفترض على الطالب أن يعمل عمله كصحفى كأن يكتب نصوص الأخبار لصحيفة يومية حول النوع التالى من استطلاعات الرأى :

تم إجراء استطلاع الرأى قبل أسبوع مضى من أجل تحديد ما إذا كان سكان هذه البلدة يفضلون بناء مضمار سباق الخيل المعتمد من الحكومة والذى يتضمن طريقة رهان يتقاسم فيها الفائزون المال الذى خسره الآخرون .

وقد تمت جدولة الموضوع على أن يتم عمل استفتاء لمدة ستة أسابيع . وأخذت عينة عشوائية من أرقام الهواتف فى الحدود الجغرافية للبلدة ، مع بدائل عشوائية لآخر خانتين من أرقام الهواتف ، وقد تم ذلك من قبل قسم العلوم السياسية فى مدرستك ، وقد تم عمل ما مجموعه (١٤٦٥) مكالمة مع المنازل ما بين الساعة السادسة والتاسعة مساءً ، وكانت نسبة الرفض (٢٠٪) .

وقد كان السؤال الرئيسى : كيف تنوى أن تصوت على مشروع سباق الخيول فى الاستفتاء القادم ؟ ولكن هذا السؤال تبع السؤال الاستدراجى التالى : هل تنوى أن تصوت فى الاقتراع الاستفتائى القادم ؟ .

وكانت إجابة (٦٠٪) من السكان بنعم على السؤال الاستدراجى ، وعليه فإن هؤلاء فقط هم الذين طرح عليهم السؤال الرئيسى عن التصويت ، وقد أجاب (٥٦٪) بأنهم سوف يصوتون لصالح مضمار السباق .

اكتب الفقرات الأربع الأولى على الأقل حول نص خبر عن استطلاع الرأى بحيث تشتمل على جميع إرشادات (AAPOR) .



الوحدة (٣٩)
اختيار طريقة إجراء المقابلة

مراجع مفيدة :

Roger D. Wimmer and Joseph R. Dominick : *Mass Media Research : an Introduction, (2) nd.* ed. Belmont Calif.: Wadsworth, 1987, pp., (33-119) .

J. Yu and H Cooper : "A Quantitative Review of Research Design Effects on Response Rates to Questionnaires," *Journal of Marketing Research, 20,* 1983, pp. (36-44) .

إن أحد القرارات المبكرة التى ينبغى اتخاذه عند التخطيط لإجراء الأبحاث المسحية هو تحديد أى من طرق استجواب الأفراد يجب استخدامها . كيف سيتصل الباحثون بالأفراد ويحثونهم على إجابة الاستبانة ؟ هل يجب أن يكون هذا الاتصال عن طريق البريد أو الهاتف أو المقابلات الشخصية ؟ .

هناك بعض الإرشادات البسيطة التى تتبع فى العادة ، والتى تجعل اتخاذ القرار سهلاً نسبياً . وفيما يلى نسرد الاعتبارات الرئيسية :

١ - التكلفة :

تعد الكلفة فى الغالب العامل الوحيد المسيطر ، فلو كان التمويل المتوفر ضئيلاً يجب اتخاذ قرار باستخدام المسح عن طريق البريد . وهناك تكلفة تبقى ثابتة نسبياً فى جميع اتجاهات المقابلات الثلاث تمثل كلفة طباعة وتصوير نموذج الاستبانة . ومن الطبيعى أنه إذا تسنى للشخص الذى يجرى معه المقابلة رؤية النموذج سواء باستلامه بالبريد أو برؤيته مع مجرى المقابلة الشخصية ، فيجب أن يكون النموذج أكثر ترتيباً من النموذج الذى يقرأ عبر الهاتف ، وحيث إن كل نماذج المسح يجب أن تصمم بشكل مرتب وسهل فنحن لا نريد إرباك الشخص الذى يجرى المقابلة عبر الهاتف ، لأن هذه النماذج يجب أن تصمم بعناية ، كما يمكن نسخها وتصويرها ما دامت سهلة القراءة . ولذلك فتكاليف هذه النماذج متشابهة بغض النظر عن كيفية استخدامها. وكتقدير أولى لتكلفة إنتاج (١٠٠٠) نموذج ستكون بين (٢٠ إلى ٢٠٠) دولار أى (٢٠) سنتاً للنموذج الواحد .

أما البريد فهو بالتأكيد الأقل تكلفة . وعند إنتاج النماذج ، فإنها ستتكلف فقط قيمة طابع بريدى للإرسال والإعادة لإكمال الاستجواب الواحد ، إذن من المتصور أن تكون تكلفة عودة النموذج كاملاً أقل من دولار واحد ، حتى ولو كان هناك اضطرار لإعادة إرسال النموذج لنفس الأشخاص مرة ثانية بالبريد ، ولاتوجد هناك طريقة استجواب أقل تكلفة من طريقة المسح البريدى .

ويتطلب المسح الهاتفى وجود أشخاص يقومون بإجراء المقابلات بالهاتف وحتى مع الحد الأدنى من الأجور ، وإكمال ثلاث مكالمات فى الساعة ، تبقى التكلفة أكثر بكثير من تكلفة البريد ، حيث يكلف المسح الهاتفى من (٢ إلى ٥) دولارات لكل استجابة ، وربما أكثر .

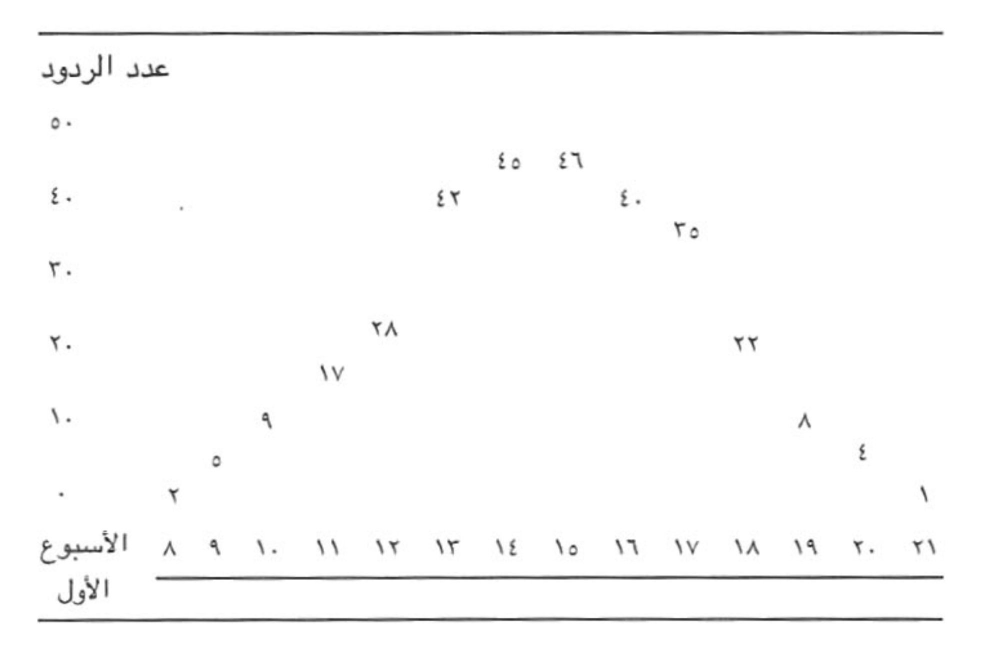
أما المقابلات الشخصية فهى مكلفة جداً وغالية لدرجة أن مقدارها عادة يمنع إجراء هذا النوع من المقابلات ، برغم أن المقابلات الشخصية هى الأفضل من جميع النواحى ، لكن أعمال المسح تكلف من (٢٠ إلى ٢٥) دولاراً للمسح الواحد . ولا يحظى بهذا الخيار إلا أعمال المسح المخولة بشكل جيد ، إن المقابلات الشخصية مكلفة جداً بسبب وقت وسفر الأشخاص الذين يقومون بالمقابلات ، فالأشخاص الذين يقومون بالمقابلات عليهم أن يقوموا بطلب موعد مع الشخص ، وكذلك السفر إلى منازل الأشخاص أو مكاتبهم ، ولذلك يجب الدفع لهم من أجل سفرهم ومن أجل الوقت الذى يقضونه فى عمل المقابلات ، وكثيراً ما يخلف الشخص الموعد ، ولذلك يجب ترتيب موعد آخر ، ويجب أن يحسب حساب الوقت الذى يقضى من دون عمل أو مقابلة من ضمن تكاليف المسح الكلية .

٢ - السرعة :

ما الوقت المطلوب فيه إنجاز الاستقصاء ؟ هذه نقطة هامة أخرى يجب وضعها فى الاعتبار وخصوصاً عند القيام بأعمال المسح الصحفى . فإذا كانت محطة تلفزيونية تقوم بعمل تقرير عن معدلات نجاح البرامج الخريفية فيها ويجب أن يعرض التقرير فى الأسبوع القادم ، فهنا لا يوجد المجال المتسع لاتخاذ القرارات ، والطريقة الوحيدة لعمل المقابلات ستكون عن طريق الهاتف لأنها هى الطريقة الوحيدة المناسبة لإجراء

المسح فى وقت قصير ، وبمساعدة غرفة تحرير الأخبار الخاصة بالمراسلين ، يمكن إكمال عملية المسح بالهاتف فى غضون ليلة أو ليلتين . أما عن طريق المقابلات الشخصية ، فيمكن إنهاء العملية فى أسبوعين ، وأما عملية المسح عن طريق البريد فسوف تستغرق حوالى ستة أسابيع .

إن عملية المسح بالبريد حتى ولو أرسلت بالبريد المستعجل فسوف تستغرق حوالى أسبوعًا لاسترجاع أول مجموعة صغيرة من النماذج ، ثم تتوالى بقية الردود حسب المنحنى البيانى الطبيعى الظاهر فى (الشكل ١ ، ٣٩) .



عدد الأيام بعد إرسال نماذج المسح بالبريد

(الشكل ١ ، ٣٩) نمط الردود الاعتيادى لطريقة المسح بالبريد

وبمرور الأيام يتوالى وصول الردود وذلك حتى اليوم السادس عشر ، ويقل عدد الردود فى كل يوم عن اليوم الذى يسبقه ، وهذا يظهر جليًا فى الرسم البيانى حيث تصل الردود إلى الذروة ثم تنحدر سريعًا بعد تلك النقطة ، بل قد تصل بعض الردود بعد مرور ثلاثة أشهر .

٣ - معدل الردود :

واستناداً إلى طريقة المقابلة المختارة ، كم عدد الأشخاص الذين يحتمل أن يستجيبوا من عينة تتكون من ألف شخص ؟ . إن الطريقة الأفضل هى المقابلات الشخصية ، فمع التمويل الكافى والذاكرة الجيدة للذين يجرون المقابلات ، يمكن أن تكون نسبة الكمال (٨٥٪) . أما نسبة الكمال فى المقابلات عن طريق الهاتف فهى تصل من (٧٥٪) إلى (٨٥٪) ، وبرغم وجود بعض من يرفض المقابلات يقتضى البدء بعينة أكبر من أرقام الهواتف .

أما المسح عن طريق البريد ، فمعروف أنه يجلب نسبة قليلة من الاستجابات ، وبناء على عدة عوامل ، مثل : مدى صعوبة وتعقيد نموذج المسح ، وعدد رسائل المتابعة بالبريد ، وعدد الأشخاص المهتمين بالموضوع المطروح ، وكذلك نسبة الردود على المسح بالبريد قد تصل من (١٠ إلى ٣٠٪) ، بينما تشير القراءة المقترحة (وايم و دومينيك) إلى أن متوسط نسبة ردود المسح عن طريق البريد قد يصل إلى حوالى (٥٠٪) ، ورأينا نحن أن هذه النسبة المرتفعة من الردود يجب أن نتوقعها فقط مع تصميم البحوث التى تركز على إجراءات متابعة الردود المشددة ، ومع وجود موضوع حيوى يهم الناس بشكل كبير . وبعد كل هذا فإن شركة إعلانات البريد المباشر التى يحق لها أن تفخر بنسبة ردود تصل إلى (٥٪) حرى بها أن تكون قائدة للصناعة .

٤ - طول نموذج الاستبانة (أو الوقت المطلوب لإجراء المقابلة) :

إن المقابلات الشخصية هى الأفضل ، فإذا كان من يجرى المقابلة يفضل أن يكون الاتصال مباشراً ووجهًا لوجه مع المبحوث معه ، فإن المقابلة الواحدة قد تستغرق ساعتين ، وهذا يعنى أن الباحث باستطاعته أن يجمع معلومات حول مائة أو أكثر من

عناصر الاستبانة . أما المسح بالهاتف فهو محدود الوقت عادة بعشر دقائق فقط . بالرغم من أن بعض الناس يبقون على الهاتف مدة (٤٥) دقيقة . أما المسح بالبريد فيجب أن يكون قصيراً ، وليس من المعقول أن نتوقع من الناس أن يقضوا أكثر من (١٠ إلى ١٥) دقيقة فى ملء نموذج مسح يصل إليهم بالبريد .

٥ – درجة التعقيد فى الاستبانة :

مرة ثانية ، نقول إن المقابلة الشخصية يمكن أن تكون معقدة جداً . وبمساعدة المدرب الذى يجرى المقابلات ، يمكن أن يتم التحدث مع الشخص من خلال مقاييس مختلفة ومتنوعة وجداول استبانات معقدة ، فإذا لم يفهم الشخص المبحوث معه ، يقوم مجرى المقابلة بالشرح والتوضيح وتكرار المعلومة . ويمكن أيضًا أن يحتوى النموذج على بعض الصور والرسومات ، أما المقابلة بالهاتف فهى محدودة بالإجابات اللفظية ولكن مجرى المقابلة يمتلك فرصة الإعادة والشرح إذا كان المبحوث معه مرتبكًا بعض الشىء . وبما أن المسح بالهاتف ذو عيوب بسبب التعقيد ، فإنه يمكن من خلاله جمع معلومات تتسم بالجدة والعمق على وسائل قياس مختلفة . أما المسح بالبريد فهو الأقل تعقيداً . وإذا لم يفهم الشخص مكونات نموذج الاستبانة فلن يقوم إلا برميها فى سلة المهملات .

٦ – التأكد من أن الشخص المناسب يكمل المسح :

المقابلة الشخصية هى الأفضل ، ففى المقابلة وجهًا لوجه لن يكون هناك شك بأن فلانًا هو الذى يقوم بالإجابة (أى أن الإجابات تامة) . أما إجراء المقابلة بالهاتف فهى كالمقابلة الشخصية إذا ما كان مجرى المقابلة يسأل عن شخص معين بالاسم ، ولكن دائمًا ما تكون هناك إمكانية أن هناك شخصًا آخر على الطرف الآخر . أما المسح بالبريد فإنه لا يعطى فرصة السيطرة على الشخص الذى يقوم بتعبئة النموذج .

وحيث إن هناك اعتبارات كثيرة وأحيانًا اعتبارات بسيطة فى عملية تحديد طريقة المسح والمقابلة التى ستستخدم ، فإن هذه النقاط الست تبين نقاط القرار الرئيسية

لمعظم مشاريع المسح . إن عنصراً واحداً يتحمل التكرار ، وغالباً ما يقوم اعتبار واحد بتحديد طريقة الاستجواب التى يجب أن تستخدم ، فمثلاً ، لاحاجة لإكمال المسح فى غضون أيام قليلة فقط أو فى حدود تكلفة معينة .

تمرين :

إذا كانت كل الاعتبارات متساوية ، أى من طرق الاستجواب الثلاث للمسح هى الأكثر استخداماً اليوم ؟ اكتب فقرة قصيرة تشرح فيها إجاباتك .

كتمرين إضافى يمكن لطلاب الدراسات العليا قراءة بعض مقالات المجلات أو الرجوع إلى نصوص حول أساليب مقابلات المسح لكى يتسنى لهم التوصل إلى نقطة قرار سابعة فى اختيار طريقة مقابلة للمسح بعد القرارات الستة السابقة ، وعمل مفاضلة بين البريد، والهاتف، والمقابلات الشخصية فى هذا الاعتبار السابع .

الوحدة (٤٠)
صلاحية أو صدق المقاييس

مراجع مفيدة :

John Waite Bowers and John A. Courtright : *Communication Research Methods,* Glenview, I(11), : Scott, Foresman, 1984, pp. (23-118) .

الصلاحية كلمة لها مدلولان ، مدلول عادى ، ومدلول بحثى . (وهناك كلمة أخرى من نفس النوع وهى «الدلالة» . وهى تعنى فى لغة البحوث اختلاف الفرصة بين مجموعتين أو أكثر من الأعداد) . أما فى الاستخدام العادى فيمكننا أن نقول : لديه سبب مقنع لبقائه خارج البلدة ، كما يمكننا القول : إن نقاشه يفتقد إلى المصداقية . ومعنى كلمة (صلاحية أو صدق) يمكن فهمه بشكل كاف ولكن ليس بدقة كبيرة . وفى الأمثلة المعطاة أعلاه ، قد تعنى كلمة (صلاحية أو صدق) قابلية التبرير أو الإقناع ، أو حتى الاستحالة والحجة أو أى معنى آخر مشابه ، أما فى البحوث العلمية الاجتماعية ، فكلمة (صلاحية أو صدق) لها معنى خاص .

وتعرف كلمة (صلاحية) على أنها الدرجة التى تقيس بها أدوات البحث المتغيرات التى قصدت أن تقيسها . فى البحث العلمى الاجتماعى ، الأداة هى أى وسيلة قياس مثل : الاستبانة ، والمقياس ، والمؤشر . والمتغيرات (المتنوعات) هى أى موجودات قابلة للتعريف ويمكن أن تتنوع مثل : العمر ، الانسجام الزوجى ، الانفتاح ، التحفظ ، إن الصلاحية مهمة طبعاً . فما مقدار الأهمية والقيمة فى البيانات التى لا يعرف مدى دقتها أو صدقها ؟ بالتأكيد لانود أن نتخذ قرارات هامة استناداً إلى مقاييس خاطئة .

ولكن التعريف المقترح أعلاه غير محدد . كيف للمرء أن يعلم (يعرف) مدى صلاحية المقياس ؟ إذا كان المقياس هو ارتفاع أو وزن ، فليس هناك مشكلة ، لأن المساطر ومقاييس الطول كفيلة بإعطائنا المعلومة . أما إذا كان الشىء المراد قياسه أو تفحصه أمراً أكثر تجريداً وغموضاً ، مثل المفاهيم ، كمفهوم الأمانة ، والتعاطف ، والتحرير فإن قضية الصلاحية هنا تكون أكثر إرهاقاً وقلقاً للبال . والمفاهيم كالأمانة والتعاطف والتحرر لا يمكن تأكيدها وإثبات مصداقيتها بسهولة . فهى يمكن استنتاجها والوصول

إليها من مجموعة من التصرفات والسلوك . فالتحدى إذن هو تحديد السلوك والمواقف والمفاهيم والأحاسيس التى تعكس المتغيرات التى تتم دراستها .

افرض أننا أردنا أن نعرف مدى تحرر سياسة زملائنا فى الفصل ، فكيف لنا أن ننشئ مقياساً صالحاً لقياس التحرر هذا ؟ . هل يمكنك أن تعرف مصطلح السياسة أو التحرر ؟ هل يمكنك قياس وجودها عند شخص ما ؟ فى الفراغ الموجود على الصفحة التالية ، حاول أن تكتب تعريفاً لليبرالية وعلاقتها بالسياسة . (على سبيل المثال : الليبرالى هو الشخص الذى ... أو أن الليبرالية فى السياسة تعنى ...) .

لنقل أن الليبرالية هى بيان عن كل من السلوك والمواقف ، فما هو السلوك الذى تعتقد أنه متوافق مع الليبرالية ؟ وما هى الاتجاهات أو المواقف أيضاً ؟ .

السلوك المرتبط مع الليبرالية السياسية	المواقف المرتبطة بالليبرالية السياسية
١ - (مثال : يحتفظ الفرد بعضويته فى هيئة ليبرالية معترف بها) .	١ - (مثال : يعتقد الفرد أن الحكومة يجب أن تبذل جهداً أكبر لمساعدة رعاياها) .
٢ -	٢ - ....
٣ -	٣ - ....
٤ -	٤ - ....
٥ -	٥ - ....

يعرف الباحثون أنواعاً أو مستويات مختلفة وعديدة من الصلاحية الداخلية واحدة منها تسمى صلاحية المظهر ، وهى تعنى أن ناتج المقياس يمكن أن يحكم عليه من خلال التوقعات العامة ، وتكون أداة البحث مشتملة على صلاحية المظهر إذا ما بدت للمطلع عليها أنها تقيس ما هو المقصود قياسه . مثال : إذا كنت تحاول قياس العدوانية وقد لاحظت لاحقاً أشخاصاً عدوانيين فى تصرفات عدوانية ، فإنك فى هذه الحالة تملك صلاحية المظهر بحكم توقعك لهذه التصرفات مسبقاً .

نوع آخر من الصلاحية هو صلاحية المعيار ، فقد نقوم بمقارنة مقياس مع مؤشر مقبول من المتغيرات . مثال : إذا أردنا أن نقيس (الليبرالية) يجب علينا إثبات صحة مقياسنا وذلك بعمل تصويت بين مجموعة من الأشخاص الذين نعتبرهم ليبراليين ، والنوع الثالث فى الصلاحية هو صلاحية التزامن . إن كلمة تزامن تعنى فى نفس الوقت ترابط ، فعلى سبيل المثال : افرض أنك استخدمت عدة أسئلة لقياس متغير ما ، فإن صلاحية التزامن قد ترد عن طريق تلازم وترابط قوى بين عدة مؤثرات . فإذا استخدمت إجابات الاستبانة لمعرفة الانفتاح ، فإن الاجابات المتعددة التى تدل على الانفتاح يجب أن تكون متوافقة ومتلازمة .

وتشير بعض الكتب المنهجية إلى صلاحية التنبؤ وهو ذلك المدى الذى تقوم عنده الأداة بالتنبؤ بسلوك أو بعلاقة بين المتغيرات . وهناك نوع آخر من الصلاحية هو صلاحية البناء ، وهى مبنية نظرياً ـ قد يكون البناء هو التسلط ـ ومثل هذا المصطلح لا يمكن إثبات صحته عادة بدراسة واحدة ، ولكن بعدة دراسات متلاحقة . إن إثبات الصلاحية إذن هو عبارة عن تطوير لشكل علاقة نظامية بين متغيرات مختارة . لاحظ أيضاً أن الصلاحية يمكن أن تكون خارجية كما يمكن أن تكون داخلية . فالصلاحية الخارجية تشير إلى السؤال عما إذا كانت نتائج البحث يمكن تعميمها على مجتمع أكبر أم لا .

تمرين :

اكتب مثالاً عن بحث يملك صلاحية داخلية (ذاتية) منخفضة .

- ....

....

أعط مثالاً عن بحث يملك صلاحية داخلية (ذاتية) مقنعة ولكن يملك صلاحية خارجية منخفضة .

- ....

....

أعط مثالاً عن بحث يملك صلاحية داخلية منخفضة ولكن اعتمادية عالية .

- ....

....



الوحدة (٤١)
تصميم البحوث التجريبية

مراجع مفيدة :

Donald Campbell and Julian Stanley: *Experimental and Quasi-experimantal Design for Research,* Chicago: Rand Mcnally, 1970, pp. (5-8), (12-14), (24-26).

إن كثيراً مما تعلمناه عن الاتصال ، تم تعلمه من خلال أسلوب البحث التجريبى ، فالتصميمات التجريبية توفر مقداراً كبيراً من السيطرة على متغيرات البحث ، كما أنها تمكننا من استبعاد أية شروحات غير ملائمة للبيانات ، وتتطلب التصميمات التجريبية عادة الفرضيات التى يتم اختبارها تحت أدق الشروط . إن المراقبة الدقيقة مفيدة جداً ، حيث إنه فى أساليب بعض البحوث يمكننا القول إن متغيرين فقط يملكان نوعًا من العلاقة ، بمعنى أنهما يتغيران معًا ، ولكن لا يكون واحد منهما مسئولاً عن التغير الذى يطرأ على الآخر .

وعلى سبيل المثال افرض أننا نرغب فى معرفة ما إذا كانت القدرة على القراءة مرتبطة باشتراك الشخص فى صحيفة يومية ، وقد تكون فرضيتنا هى :

الأشخاص الذين يقرؤون بطريقة أفضل هم غالبًا ما يكونون مشتركين فى صحيفة يومية ولاختبار فرضيتنا هذه ، يجب علينا إجراء استبانة على مجموعة منتقاة بعناية من المواطنين ، وبعدها يمكننا وبفضل تعاونهم من اختبار قدراتهم على القراءة . وبانتهائنا من عمل ذلك ، يمكننا تقرير ما إذا كان الشخص المستجيب قارئًا جيداً أم قارئًا سيئًا .

أخيراً يمكننا أن نعد المشتركين فى الصحف الذين يقرؤون بشكل جيد . ونقارنهم بمن يقرؤون بشكل مقبول أو بشكل ردىء ، قد تبدو البيانات المجدولة مشابهة تقريباً للبيانات الموجودة فى الجدول (١ . ٤١) :

الجدول (٤١.١) مهارة القراءة والاشتراك فى الصحف

البيان	مشترك فى صحيفة	غير مشترك فى صحيفة
قارئ جيد	١٠٥	١٨
قارئ مقبول	٦٥	٢٥
قارئ ردىء	٣٨	٤٥

لاحظ أننا دائمًا نضع المتغيرات المستقلة فى اليسار ، وفى هذه الحالة نحن نفترض أن مهارة القراءة مسئولة عن الاشتراك فى الصحيفة ، إنها فرضية جديرة بالتساؤل والبحث . وبالنظر إلى الأرقام ، نجد أن القراء الجيدين هم الأكثر اشتراكًا فى الصحف ، أما القراء السيئون فهم الأقل احتمالاً .

وللاشتراك فى الصحف ، يمكننا القيام باختبار (Chi Square) لمعرفة ما إذا كانت الاختلافات المتبادلة أكبر من أن تتوقع بواسطة تنوع يحدث بالصدفة فى عينة ما .

إذا كانت النتيجة الظاهرة مدعومة بالاختبار الإحصائى ، يمكننا القول إن مهارة القراءة الجيدة مرتبطة بوضوح بالاشتراك فى الصحف . وهذا يبدو معقولاً لأول وهلة ، حيث إن القارئ ليس شغوفًا بقراءة الصحف ، وعليه فإن فرضية المصادفة قد تكون خاطئة . إن الأرقام فى الحقيقة تظهر العلاقة فقط ، ولا تظهر المتغيرات العرضية . فمثلاً ، متغيرات الأهمية تتعلق بالتعليم ، والدخل ، وخبرة العائلة بقراءة الصحيفة . وإن المهارة فى القراءة قد تكون أحد العوامل التى تؤدى إلى الاشتراك فى الصحيفة ، أو أن العلاقة بين مهارة القراءة والاشتراك فى الصحيفة قد تكون أكثر أو أقل مصادفة ، ولكنها ليست سببية .

والطرق التجريبية تساعد على استبعاد شروحات متنافسة عن البيانات ، ففى التجربة النموذجية (العادية) ، يمكننا أن نرى مجموعتين أو أكثر من المستجيبين الذين قد يكونون على قدر أكبر من التجانس حسب معايير التقارب ، مثل : الجنس ، والعوامل الاجتماعية والاقتصادية ، والتعليم ، والعمر ، والمواقف المختارة ، إلخ .

بمعنى آخر تكون المجموعتان متساويتين إلى أكبر قدر ممكن ، ثم تعطى مجموعة منهما موضوعًا تجريبيًا يمكن التغيير فيه ، وبهذا يمكننا القول بأن إحدى المجموعات ستكون معرضة إلى متغير لن تتعرض له المجموعة الأخرى .

افرض أن المجموعة (١) وتتكون من أطفال سنهم من (٩ إلى ١٠) سنوات ؟ قد أعطيت صحيفة يومية للاطلاع عليها ، بينما لم تعط المجموعة (طفلين) فى نفس السن شيئًا ، وبعد شهرين يمكن إجراء اختبار مهارة القراءة على كلتا المجموعتين ، افرض أن درجات القراءة فى المجموعة (١) أحسن بكثير منها فى المجموعة (٢) ، وعند استبعاد شروحات المنافسة ، (قراءة الصحف) قد حسنت فى مهارة القراءة لدى الأطفال ، وهذا يؤدى إلى أنه لم يكن هناك متغيرات معترضة هامة ، أى لم يكن هناك أحداث يمكن أن تغير نتيجة المقارنة .

وهذا مثال آخر ، لنقل أننا نريد اختبار مدى فاعلية إعلان معين . ونحن بذلك نريد أن يرى المستجيبون الإعلان وأن يتذكروه ، ولكننا لا نريد منهم أن يعلموا ماذا نريد . وإذا علموا ، فقد يؤثر هذا على استجابتهم . وللمحافظة على سلامة وكمال البحث ، قد نلجأ إلى استخدام أسلوب مقنع وهذا يعنى أننا قد نوظف أشخاصًا لدراسة شريط فيديو يحمل أخبارًا تلفزيونية وأن يضعوا درجة معينة لمذيع الأخبار . وسوف ندخل اختبار الإعلان غير المعروف للمستجيبين فى البرامج . وسوف يراه المستجيبون لاحقًا وكأنه صدفة ، وبدون أى تركيز أو اهتمام زائد . وبعد عرض الأخبار ، سوف نسأل فى استبانتنا عن الأخبار ، وعن المنتج ، وعن رسالة الإعلان ، وهل بإمكانهم تسمية الإنتاج ، والإشارة إلى محاسنه . وككلمة تنبيه : يجب على الباحث ألا يستخدم الغش والخداع المضر أو المدمر ، فجميع معاهد البحوث اليوم - تقريبًا - تملك لجانًا تراعى فيها استخدام الباحثين للعينات البشرية . ويجب على الباحث حماية وحفظ الأمور الشخصية والأمور ذات الحساسية الشخصية عند المستجيبين .

إن الطريقة التجريبية تشتمل على إدارة المتغيرات واستخدام الأخبار ، ولكننا غالبًا ما نحتاج إلى مجموعة أخرى كأساس للمقارنة . ومجموعة المراقبة تخدم هذه الوظيفة ، وفى بعض الحالات تعطى مجموعة المراقبة والمجموعة التجريبية اختبارات سابقة

واختبارات لاحقة ، لأننا قد نحتاج لمعرفة ما إذا كان المستجيبون قد تغيروا منذ اللقاء الأول أم لا ، والمخاطرة هنا هى فى جعل المستجيبين يحسّون بما يدور حولهم ، والأفضل أن يكون جميع المستجيبين غافلين عن البحث ، وهذا أمر ضرورى .

ويقودنا هذا إلى مراجعة النماذج التجريبية الكلاسيكية ، حيث تحتوى جميعها تقريبًا على مجموعة مراقبة ، وفى بعض الأحيان ، يتطلب التصميم عدة مجموعات للمراقبة . ولكن عمومًا ، فإن مجموعات المراقبة ، والاختبارات السابقة ، والاختبارات اللاحقة ، واللجوء للعشوائية كلما استخدمت بكثرة هددت صلاحية ومصداقية البحث . وقد قام كل من (كامبل وستانلى) بنقد كثير من هذه التهديدات للصلاحية (انظر المرجع السابق) .

افرض أن لدينا منتجًا ما ، معجون أسنان باسم (ابتسم) ، ونريد أن نعرف كيف يتعامل معه الناس . هل يشترونه ؟ . **فلننظر إلى عدة تصاميم من بعض البحوث .**

١ – لنقل إننا نريد قياس مدى فاعلية الإعلان التجارى بالنسبة لمعجون الأسنان (ابتسم) . ونحن لا نريد أن نعرض الإعلان التجارى فقط ، وأن نسأل الناس عن رأيهم فيه . بل نحن نريد أن نعرف إذا ما قام الإعلان التجارى بتغيير طريقة تفكيرهم بأى شكل كان . لذلك ، لنقم باختيار عينة من الناس ، ثم نقسمهم إلى مجموعتين ، تقوم مجموعة بمشاهدة الإعلان التجارى ، أما المجموعة الثانية فلن تشاهد الإعلان ، وإذا كان مؤثرًا وفعالاً ، فإن درجات المجموعتين يجب أن تكون مختلفة ، وإليك التصميم .

اختبار مجموعتين عشوائيًا	إجراء الاختبار السابق	إجراء عمل (عرض الفيلم)	إجراء اختبار لاحق
مراقبة	مراقبة		
تجريبية		تجريبية	تجريبية

إن هذا التصميم يتيح لنا فرصة اختيار ما إذا كانت الفعالية المرجوة من الإعلان تتأثر ببعض الظروف الأخرى أم لا . وتقوم مجموعة المراقبة بوضع تقدير لدرجات المجموعة التجريبية فى ظل غياب التجربة العملية . وهذا التصميم يدعى (اختبار عشوائى لاحق) ويكون فقط مع مجموعة المراقبة ، وهو لا يحتوى على اختبار سابق فى الظروف التجريبية لأن ذلك قد يؤدى إلى نوع من الحساسية لدى مستجيبين لاحقين .

هل لنا أن نستنتج أن الإعلان نجح أو لم ينجح فى عمل التأثير المقصود فى هذا التصميم ؟ ما هى أكثر الظروف التنافسية التى سنهتم بها ؟ قم بتقييم التصميم فى الفراغ التالى :

....

....

....

٢ – هناك مشكلة واحدة فى التصميم السابق وهو أنه لا يعطى أهمية أو اعتباراً لعامل الوقت ، فمرور الوقت يسمح بإقحام وتدخل المتغيرات الاعتراضية ، وهى الأمور التى تحدث وتعمل على تغيير رد فعل بعض الأشخاص ، افرض أن الاختبار السابق أجرى فى (١) يناير ، والاختبار اللاحق أجرى فى (٢١) يناير ، فهل يمكن أن يتغير المشاركون على أى نحو خلال هذه الأسابيع الثلاثة ؟ . أمور كثيرة يمكن أن تحدث ، فقد يقوم واحد من المشاركين بالانتقال إلى كليفلاند مثلاً ، أو أن تحدث لآخر تجربة سيئة مع المنتج (ابتسم) والذى ظهر فى الإعلان .. إلخ .

علينا أن نأمل أن يكون التغيير الذى يطرأ على الأفراد موزعًا بين أفراد المجموعة ولكن يمكننا أن نبنى تصميماً يضمن لنا أن :

استخدام العشوائية	اختبار سابق	إجراء عملى	اختبار لاحق
مراقبة	مراقبة		مراقبة
تجريبية		تجريبية	تجريبية

وفى التصميم الثانى أضفنا اختباراً لاحقًا لمجموعة المراقبة ، وهذا من شأنه أن يخبرنا عن إمكانية حدوث تغيير على الأشخاص المستجيبين لنا خلال فترة الدراسة . ولكنه يحتوى على تأثير سلبى لوجود عامل مخاطرة وهو تنمية الحساسية عند الأشخاص . وهذا يعنى أنه عندما يجيب الشخص نفسه عن الموضوع نفسه مرتين ، سنكون غير متأكدين تماماً مما سيحدث للدرجات ، وهذا هو عنصر الشك الذى نضطر أحيانًا للتعايش معه .

٣ - إن التصميم التجريبى الذى يحدث لمجموعة المراقبة أدناه ، يضيف مجموعة مراقبة ثانية . ويجب أن تلاحظ أن مجموعة المراقبة الأولى تملك اختباراً سابقًا أما مجموعة المراقبة الثانية فتملك اختباراً لاحقًا . فإذا كانت درجات ونتائج المجموعتين متساوية ، فلا بد أن هذا يشير إلى مدى تأثير الزمن على البيانات .

استخدام العشوائية	اختبار سابق	إجراء عملى	اختبار لاحق
مراقبة	مراقبة		مراقبة
تجريبية		تجريبية	تجريبية
مراقبة			مراقبة

٤ - كما ترى ، أصبحت هذه التصاميم مكتملة الموضوع والبحث ، وهناك عدة خيارات ومتغيرات ، ويملك الباحث عدة خيارات لانتقاء المناسب منها ، والتصميم الذى يفترض أن يكون أكثر سيطرة على التأثيرات الممكنة يسمى (تصميم سولومن - Solomon) ذو الأربع مجموعات والموضح أدناه .

العشوائية	الاختبار السابق	العملى	الاختبار اللاحق
المراقبة	المراقبة		المراقبة
التجريبية	التجريبية	التجريبية	التجريبية
المراقبة			المراقبة
التجريبية		التجريبية	التجريبية

لاحظ أن هذا التصميم توجد به مجموعتان للمراقبة ، ومجموعتان تجريبيتان من أجل التعامل مع الحساسية والمتغيرات المعترضة ، وحيث إن التصميم يتطلب أربع مجموعات ، فهو متعب ومرهق . والباحثون غالبًا لا يملكون الموارد والدعم اللازم لاستخدامه ، أما إذا كان هذا التصميم ممكن التنفيذ ، فهو ممتع جداً ومرغوب جداً .

إن عدد الاستجابات المطلوبة لعمل تجربة ما يعتمد على الغرض من البحث ، فإذا كان الغرض هو قياس فاعلية شيء ما ، فيمكن أن تكون العينة صغيرة من (١٥ إلى ٣٠) شخصًا فى المجموعة . ومن جهة أخرى ، إذا كانت العينة ستعمم على مجتمع إحصائى أكبر ، فيجب أن تكون العينة كبيرة بدرجة كافية لاستيعاب هامش الخطأ ومستوى الثقة . وعادة ، فإن التجارب تجرى على عينات صغيرة أما المسوحات فإنها تستخدم عينات كبيرة .

تمرين :

هذا تمرين عملى لتصميم تجربة يمكن استخدامها فى أكثر المواقف التنظيمية ، وهو يستغرق ساعة تقريبًا لعمله بشكل جيد . وكرئيس لإدارة اتصالات أو علاقات عامة ، وانتهيت من عمل تقدير لمواقف الموظفين فى شركتك لمدة خمس سنوات ، وشركتك هى شركة خدمات عامة كبيرة : تؤمن الغاز والماء والكهرباء للمنطقة المحلية . وهناك (٥٠٠٠) موظف معظمهم يعملون ميدانيًا فى المنشآت ووظائف الإصلاح والصيانة . وتقديرك لموقف الموظفين لمدة خمس سنوات قد تم بواسطة مسح عشوائى لجميع الموظفين ، وقد أظهر المسح أنهم ، (وخصوصًا من يعمل بالميدان منهم) ، لا يفكرون كثيراً فى الشركة ، والروح المعنوية بمستوى أقل مما كانت عليه قبل خمس سنوات ، وهناك شعور بالسخط وعدم الرضا عن الرواتب وعن سياسة الشركة ، وعدم وجود الاتصال بين الإدارة والعمال .

ثم تكتشف أن هناك ما يجب عمله لتحسين وزيادة الرضا عند الموظفين وفى النهاية ، فإن ما يؤذى الشركة على المدى الطويل هو السخط الذى يدخل فى النفوس . والعمال الميدانيون الذين يراهم العامة عادة هم ممثلو شركتك فى المقام الأول ، فهم ببساطة

يستطيعون رفع سمعة شركتك أو تدمير سمعتها فى المجتمع . إن رئيس الشركة وأعضاء مجلس الإدارة مهتمون بنتائج المسح وقد وجهت إليك تعليمات بوضع خطة لتحسين مواقف الموظفين تجاه الشركة ، تعاون مع طاقمك لعرض اتجاهين ممكنين :

١ - قم بعمل شريط فيديو عن الشركة ومهامها ، واجعله لمدة نصف ساعة وبالألوان ، يتضمن تعليمات كبار الموظفين والإداريين عن الشركة وأعمالها ومهامها . اجعله مثيرًا للتفاؤل ، ناقش نقاط الاهتمام التى ظهرت فى المسح الحديث ، اعرض الشريط على جميع الموظفين أثناء وقت عمل الشركة .

اجعل جميع الموظفين يشاهدون الشريط كواجب أول لهم . إن تقدير التكاليف هو (٥٠٠٠٠) دولار ، ويستغرق ثلاثة أشهر .

٢ - نظم جلسات عرض لسياسة الشركة مع موظفين مختارين فى مجموعة من (٢٥) أو أقل . وسوف يكون البرنامج مكونًا من نموذج يضم أسئلة وإجابات ، ويتضمن قضايا سياسة الشركة ونقاط الاهتمام الأخرى المحددة بدقة .

اعقد الجلسات مرة فى الأسبوع لمدة شهر ، كما يقوم قسم العلاقات العامة بتنظيم جلسات مع مسئولى الشركة الرسميين والذين يعملون كقادة لها . والتكاليف المقدرة هى : وقت عمل الموظفين ، والمرطبات ، ويمكن تجهيز ذلك فى غضون أسبوعين .

ويختار رئيس الشركة الاتجاه الثانى ، فإذا نجح ، قد تتبعه الشركة بعمل شريط الفيديو فيما بعد وفى خلال السنة . وبرغم أن رئيس الشركة يعجب بفكرة جلسات مناقشة سياسة الشركة ، فإن لديه بعض التحفظات كالجلسة التى تخرج عن السيطرة وتصبح مواجهة بين موظفى الشركة وإدارتها ، أو أن يعتبر الموظفون أن هذه الجلسات إهدار لوقتهم ، إضافة إلى أنه ليس هناك دليل على أن هذه الجلسات سينتج عنها مواقف أفضل للموظفين تجاه الشركة ، عليك أن تظهر ما إذا كانت جلسات مناقشة السياسة سوف تأتى بنتائج أم لا .

يقوم قسمك بتصميم استبانة لاستخدامها كاختبار سابق واختبار لاحق لقياس تغير المواقف قبل وبعد عقد الجلسات ، وهنا نقترح عدة أسئلة لهذه الاستبانة :

استبانة الخدمات العامة

عناصر الصورة	أوافق بشدة (٥)	أوافق (٤)	لست متأكدًا (٣)	لا أوافق (٢)	أعارض بشدة (١)
١ - تدفع الشركة أجرًا مقبولاً للعمل اليومى					
٢ - قادة الشركة مهتمون بظروف العمل					
٣ - هذه الشركة هى مكان جيد للعمل مقارنة بأماكن أخرى عملت بها					
٤ - شركة الخدمات هذه تعتبر مساوية أو أفضل من شركات الخدمات الأخرى فى الولايات المتحدة					
٥ - المعلومات التى تردنى عن الشركة مفهومة وتساعدنى فى عملى					

إن الهدف هو مقارنة استجابات من حضروا جلسات مناقشة السياسة مع استجابات الأشخاص الذين لم يحضروا هذه الجلسة ، ستكون فرضيتك هى شىء مثل :

إن الأشخاص الذين يحضرون جلسات مناقشة السياسة ، ستكون درجاتهم أعلى بكثير فيما يتعلق بالمواقف تجاه الشركة ، ولكن ما أحدث التغيير فى الموقف هو أنه خلال الشهر الذى تم فيه إجراء تجربة عرض سياسة الشركة أعلنت عن زيادة (١٠٪) فى رواتب الموظفين .

واجبك هو تطوير تصميم البحث الذى من شأنه أن يسمح لك بأن تبلغ رئيسك إذا ما نجحت هذه الجلسات ومدى ما عملت على تحسين مواقف الموظفين تجاه الشركة أم لا .

ويجب أن يكون البحث معقول التكلفة قدر الإمكان ، لا تهدر طاقة الموظفين ووقتهم بإجراء التجارب التى تخرج عن الغرض من أجل كسب الثقة فى النتائج وحدد الآتى :

١ - كم عدد الموظفين الذين ستختارهم ؟

٢ - كيف ستقوم بتنفيذ العملية العشوائية ؟

٣ - كم مجموعة سوف تحتاج إليها سواء تجريبية أم مراقبة ؟

٤ - اكتب صفحة واحدة مطبوعة تصف فيها كيف ستنفذ التجربة خطوة بخطوة ، ما عدا محتويات جلسات المناقشة وعرض السياسة ، وبذلك سوف تكون واثقًا من أن توصياتك لرئيسك ستكون دقيقة .

٥ - أورد جدولاً بمتوسط الدرجات (من مخيلتك) والتى من شأنها أن تدعم النتيجة التى تقول إن جلسات مناقشة السياسة قد عملت على تحسين مواقف الموظفين تجاه شركة الخدمات .

المترجمان فى سطور

**** الدكتور عبد الله بن أهنية :**

- من مواليد الدار البيضاء بالمملكة المغربية ، فى عام ١٩٦٠م .

*** مؤهله العلمي والمهنى :**

- حصل على المرحلة الابتدائية والإعدادية والثانوية باللغتين العربية والفرنسية ، بالمغرب .
- حصل على شهادة البكالوريوس فى اللسانيات التطبيقية باللغة الإنجليزية . من جامعة الحسن الثانى بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بالدار البيضاء ، المغرب .
- انتقل إلى ولاية فلوريدا بأمريكا الشمالية ليعمل كممثل ثقافى للمغرب بشركة عالم ديزنى بمدينة أورنالدو .
- وفى عام ١٩٩٠م حصل على منحة من جامعة (ويست فيرجينيا) الحكومية لإكمال دراسته العليا ، فعمل بنفس الجامعة كمدرّس مساعد ، ودرّس كلاً من اللغة الإنجليزية واللسانيات واللغة الفرنسية التى أصبح منسقًا لبرامجها فيما بعد .
- حصل على شهادة ماجستير مزدوجة فى علوم اللسانيات التطبيقية (Applied Linguistics) وتدريس اللغة الإنجليزية لغير الناطقين بها (TESOL) .
- وفى عام ١٩٩٦م حصل على درجة الدكتوراه من نفس الجامعة فى طرق التدريس بالتعليم العالى وتطوير المناهج .
- وخلال تواجده بأمريكا شارك فى عدة أنشطة ومسؤوليات منها :
  - مدير الشؤون الثقافية بالمركز الإسلامى بنفس الجامعة .
  - نائب رئيس جمعية الطلبة الأفارقة .
  - عضو لجنة شمال شرق أمريكا لجمعية علاقات العرب الأمريكيين .

- حصل على ثلاثة شهادات تقدير من المكتب الفدرالى الأمريكى للتدريس التطوعى للغة الإنجليزية للسجناء المسلمين فى مركز كندى لإصلاح الشباب بولاية ويست فيرجينيا ومركز واينزبورغ بولاية بنسيلفانيا .
- حصل على شهادة تقدير من جمعية مدرّسى اللغة الفرنسية بأمريكا الشمالية .
- أما فى مجال التخصص فله عدة أعمال تربوية نشر بعضها فى الجريدة المحلية للجامعة ، كما قدّم عدة عروض تربوية نموذجية وشارك بورقات علمية فى مجال التدريس ومشاكل الطالب العربى عند تعلمه لغات أجنبية ، كما شارك فى عدة ندوات ومؤتمرات محلية ودولية فى مجال اللسانيات فى ولايات مختلفة .
- عضو جمعية تعليم اللغة الإنجليزية لغير الناطقين بها (TESOL) .
- عضو جمعية مدرّسى اللغات الأجنبية (ACTFL) .
- وإلى جانب اللغة العربية والفرنسية والإنجليزية ، فهو يتكلم اللغة الأسبانية ودرس اللغة الإيطالية واليابانية لمدة سنة بجامعة ويست فيرجينيا .
- يعمل حاليًا كأستاذ مساعد بمركز اللغة الإنجليزية بمعهد الإدارة العامة بمدينة الرياض .

** سعد هادى القحطانى :

- من مواليد العرين التابعة لمدينة أبها ، بالمملكة العربية السعودية . عام ١٩٦٢م .

* مؤهله العلمى والمهنى :

- حصل على البكالوريوس فى التربية من جامعة الملك سعود عام ١٩٩٢م .
- عين على وظيفة معيد فى معهد الإدارة عام ١٩٩٣م .
- حصل على الماجستير فى علم اللغة التطبيقى من جامعة كاليفورنيا الحكومية عام ١٩٩٥م .
- وهو مبتعث حاليًا إلى الولايات المتحدة للحصول على درجة الدكتوراه فى علم اللغة التطبيقى ، ويتناول فى بحثه قضية «التعريب» كإحدى قضايا التخطيط اللغوى فى العالم العربى .
- كتب العديد من المقالات الاجتماعية فى الصحف المحلية ، ونشر له عدد من القصص القصيرة فى بعض المجلات الأدبية .
- أما فى مجال التخصص ، فقد شارك فى العديد من المؤتمرات المتخصصة فى اللسانيات ، وقدم مؤخراً ورقة علمية عن (البعد الثقافى فى الاستخدام البراجماتى عند المجتمع السعودى : دراسة تحليلية فى إطار نظرية السوسيولوجية اللغوية) ، ونالت الورقة جائزة أفضل بحث .
- عضو جمعية تعليم اللغة الإنجليزية لغير الناطقين بها (TESOL) .

مراجع الترجمة

**** الدكتور خالد بن محمد جمال المرغلاني :**

- من مواليد مكة المكرمة ، المملكة العربية السعودية ، فى عام ١٣٧٧م .

*** مؤهله العلمى والمهنى :**

- حصل على الدكتوراه فى عام ١٤١٧هـ فى تخصص الإعلام من جامعة كنتاكى - ليكسنقتون كنتاكى ، الولايات المتحدة الأمريكية .

*** وظيفته الحالية :**

- أستاذ الإعلام المساعد ومدير إدارة برامج الاتصال التنظيمى والعلاقات والإعلام .

*** الأنشطة العلمية :**

- له العديد من البحوث العلمية المنشورة باللغة العربية فى مجالات الإعلام والعلاقات العامة .
- شارك فى العديد من الاستشارات الإعلامية والإدارية .
- أعد العديد من الحقائب التدريبية فى مجال الإعلام والعلاقات العامة والاتصال التنظيمى .
- شارك فى إعداد كتاب بعنوان (إدارة العلاقات العامة فى الأجهزة الحكومية بالمملكة العربية السعودية) .
- شارك فى تقديم بحث لندوة العلاقات العامة التى عقدت فى المعهد عن قياس اتجاهات موظفى الإدارة العليا فى الأجهزة الحكومية حول العلاقات العامة .

تم التصميم والإخراج الفنى والطباعة فى
مركز الطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ

هذا الكتاب :

يتناول موضوع نظريات الاتصال فى العملية التعليمية ، آخذاً بعين الاعتبار كلاً من المدرس والطالب على حد سواء . لقد غطى الكتاب عدداً من النظريات فى مجال الاتصال ، واحتوى على عدة قراءات سلسة وسهلة الفهم للطالب ، مرفق بها تمارين تعطيه فرصة التجربة لكيفية استعمال تلك النظريات ، وفق مشاريع بحث يتضمنها كل فصل فى الكتاب تكون الغاية منها إعطاء مزيد من الفرصة للطالب لفهم النظرية المعروضة للنقاش .

وفيما يتعلق بالمدرس فقد تضمن الكتاب منهجًا مناسبًا يتيح له التعمق فى موضوع الكتاب ، خصوصًا لأولئك المدرسين الذين يعتمدون على القراءات والمحاضرات ، التى تمثل أساسًا لخطط تدريسهم ، كما يكمل النقص فيما يتعلق باهتمامات المدرسين الذين يعتمدون على نصوص ومراجع أخرى فى الاستبانة وتحليل البيانات .

إن التمارين والأمثلة التى يحويها الكتاب حول مفاهيم النظريات والبحوث فى مجال الاتصال قد سبق تجربتها وتطويرها فى فصول الدراسة الجامعية والدراسات العليا ، واختبر مدى فعاليتها ، وتبين من تقييمها أنها تضفى على موضوع الاتصال شيئًا من القابلية والتجربة ، إضافة إلى قابليتها على تفعيل عملية التعلم .

إن هذا الكتاب يتميز بما يلى :

- يعد مرجعًا متخصصًا للطالب والمدرس فى عملية التعلم ، بما يتضمنه من نظريات للاتصال ونتائج البحوث التى وردت فى هذا المجال .
- يرصد هذا الكتاب العديد من نظريات الاتصال والبحوث التطبيقية .
- يرصد خلاصة (٢٠) عامًا من البحث قضاها المؤلفان فى تدريس نظرية الاتصال والبحوث التطبيقية .
- يهتم بالأمثلة والتمارين حول مفاهيم نظريات الاتصال والبحوث التطبيقية .

ردمك : ٩-٣٥٠-١٤-٩٩٦٠

تم التصميم والإخراج الفنى والطباعة فى
مركز الطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة - ١٤٢٠هـ